

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengetahuan Pasar Modal

2.1.1.1 Definisi Pengetahuan Pasar Modal

Menurut Rahmah (2019:1) menyatakan bahwa

”Pasar Modal (*capital market*) menjadi sumber pembiayaan yang sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha yang memerlukan tambahan modal, juga sebagai alternatif pembiayaan bagi masyarakat investor.”

Menurut Deane dan Ismawati (2023) menyatakan bahwa

”Pasar modal merupakan suatu wadah bagi perusahaan atau institusi lain yang memerlukan dana dari masyarakat untuk berbagai keperluan seperti pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja, dan sebagainya.”

Menurut Kurniawan *et al* (2021) menyatakan bahwa

“Istilah latin *scientia* dan kata bahasa Inggris *science* keduanya menandakan pengetahuan, kata kerja "*scire*" adalah akar kata "*scientia*", yang berarti mengetahui atau mempelajari, satu-satunya hal yang diketahui adalah pengetahuan, namun pengetahuan juga dapat didefinisikan sebagai informasi yang disaring dan dipahami.”

Menurut Bakhri (2018) menyatakan bahwa

“Pasar Modal berdasarkan Undang-Undang Pasar Modal (UUPM) no.8 tahun 1995 Pasal 1 Nomor 13 menjelaskan, Pasar Modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.”

Menurut Wardani (2020) menyatakan bahwa

“Pasar Modal merupakan tempat pertemuan antara berbagai pihak yang mempunyai kelebihan uang atau dana dengan cara melakukan jual beli sekuritas, pasar modal juga berfungsi sebagai perantara (*intermediaries*).”

Menurut Finthariasari (2020) menyatakan bahwa

“Pasar Modal (*capital market*) merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik surat utang (obligasi), ekuiti (saham), reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya.”

Menurut Rorizki *et al* (2022) menyatakan bahwa

“Pasar modal dalam arti sempit adalah suatu tempat dalam pengertian fisik yang terorganisasi tempat efek-efek di perdagangan yang disebut bursa efek.”

2.1.1.2 Indikator Pasar Modal

Adapun indikator menurut para beberapa ahli yang disajikan oleh penulis, seperti yang bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Indikator Pasar Modal

Bakhri (2018)	Finthariasari (2020)	Rorizki <i>et al</i> (2022)	Pratama (2019)	Fajri (2019)
1. Saham (Stock)	1. Surat Utang (Obligasi)	1. Inflasi	1. Informasi yang relevan	1. Saham
2. Surat berharga obligasi	2. Ekuiti (Saham)	2. Tingkat suku bunga	2. Harga saham yang menyesuaikan dengan cepat	2. Sukuk
	3. Reksa Dana	3. Nilai tukar		3. Reksa Dana
	4. Derivatif	4. Indikator besaran		

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan indikator – indikator pasar modal yang telah diuraikan pada tabel 2.1 maka yang dipakai oleh penulis indikator menurut Pratama (2019) yaitu

informasi yang relevan dan harga menyesuaikan dengan cepat. Berikut penjelasan mengenai indikator – indikator tersebut.

1. Informasi yang relevan

Informasi memiliki manfaat untuk pengguna, informasi yang relevan adalah informasi yang berguna untuk pembuat keputusan.

2. Harga saham yang menyesuaikan dengan cepat

Harga merupakan nilai yang diberikan pada produk ataupun layanan dan hasil dari berbagai perhitungan yang telah ditentukan, penelitian dan juga pemahaman serta kemampuan mengambil risiko.

2.1.1.3 Teori Pasar Modal

Menurut Bakhri (2018) menyatakan bahwa berdasarkan data yang didapat dari KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) jumlah investor di pasar modal pada Maret 2018 mencapai 1,21 juta *single investor identification* (SID), naik dari jumlah tahun sebelumnya tahun 2016 sebanyak 894.116 SID, walaupun naik dua digit, jumlah investor di Indonesia masih relatif sedikit jika dibandingkan total penduduk sebanyak 258 juta orang, jika dibandingkan dengan Malaysia dan Singapura yang memiliki 2,49 investor dan 1,5 juta investor, Indonesia akan kalah.

Menurut Pajar (2017) menyatakan bahwa Pasar Modal sangat berperan penting pada untuk menahan perekonomian negara karena pasar modal memiliki dua fungsi, yang pertama fungsi ekonomi dan yang kedua fungsi keuangan, pasar modal merupakan tempat biasanya para investor bertemu dengan cara memperjualbelikan sekuritas.

Masih menurut Pajar (2017) menyatakan bahwa dengan adanya pasar modal yang memiliki peran penting untuk para investor, investor individu maupun badan usaha, biasanya para investor mengeluarkan uang atau dana berlebih yang mereka miliki untuk diinvestasikan, adanya investor para pengusaha mendapatkan dana untuk tambahan modal agar dapat memperluas jaringan usahanya di pasar modal.

Menurut Wardani (2020) menyatakan bahwa perkembangan ekonomi dan teknologi yang semakin canggih dan juga adanya perusahaan baru yang semakin berkembang dan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan juga banyak investor asing yang menginvestasikan modal di Indonesia, bursa Efek Indonesia mendapatkan data jumlah perusahaan yang terdaftar sebanyak 626 perusahaan.

Menurut Tandio dan Widanaputra (2016) menyatakan bahwa adanya perkembangan teknologi di zaman sekarang memiliki pengaruh besar pada kemajuan ekonomi suatu negara dan mendukung sektor bisnis menjadi lebih mudah dan cepat dalam mendapatkan hasil yang optimal, sektor pasar modal dan keuangan menjadi tolak ukur perekonomian di suatu negara yang terdaftar ribuan perusahaan dimana mereka memperjualbelikan saham di pasar sekunder atau bursa saham, kecepatan dan ketepatan bertransaksi di bursa biasanya dibutuhkan oleh investor, sehingga para investor, para broker, trader dan perusahaan terkait bisa menganalisa dan mengambil keputusan dengan cepat.

Menurut Rahayu dan Yuniarta (2022) menyatakan bahwa mirip dengan pasar tradisional, pasar modal mempertemukan pembeli dan penjual yang berdagang berbagai kebutuhan sehari-hari.

Masih menurut Rahayu dan Yuniarta (2022) menyatakan bahwa pasar modal sebaliknya melakukan transaksi untuk mendapatkan modal dengan menggunakan instrumen yang diperdagangkan, khususnya berupa surat berharga yang ditawarkan oleh pelaku usaha yang membutuhkan pembiayaan (penerbit) kepada nasabah yang disebut investor.

2.1.1.4 Syarat – Syarat Pasar Modal

Menurut Sujana (2017) berpendapat ada beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk terciptanya pasar modal yang efisien sebagai berikut:

- a. Harga saham harus bebas untuk turun dan naik. Hal ini berarti tidak ada seorang pun yang dapat mempengaruhi pergerakan harga saham.
- b. Tidak ada monopoli dalam pasar. Hal ini berarti para investor bebas untuk masuk atau keluar dari pasar.
- c. Harus ada syarat menghendaki perusahaan yang menyingkapkan informasi tentang dirinya. Peraturan harus diadakan supaya setiap perusahaan menyingkapkan informasi masing-masing kepada orang banyak.
- d. Biaya untuk mendapatkan informasi adalah pada tahap minimum dan informasi itu harus diterima oleh investor pada waktu yang sama.
- e. Informasi tersebut adalah dalam bentuk random dan tidak bergantung antara satu sama lain.
- f. Investor-investor bertindak cepat terhadap informasi baru.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dari beberapa pernyataan diatas Pasar Modal adalah suatu tempat untuk melakukan kegiatan jual beli saham atau tempat untuk berinvestasi dalam jangka panjang, biasanya dengan berinvestasi di pasar modal peluang untuk mendapatkan keuntungan dan kerugian itu berbanding sama atau tidak sama sekali. Untuk mendirikan pasar modal maka membutuhkan beberapa persyaratan agar pasar modal dapat berjalan dengan baik dan lancar.

2.1.2 *Return*

2.1.2.1 Definisi *Return*

Menurut Desiyanti (2017:7) menyatakan bahwa

“*Return* (tingkat hasil) adalah tingkat pengembalian atas investasi yang diharapkan oleh investor, *return* juga merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung risiko atas investasi yang dilakukannya, tujuan investor dalam berinvestasi adalah memaksimalkan *return*, tanpa melupakan faktor risiko investasi yang harus dihadapi.”

Menurut Sulistyowati *et al* (2022) menyatakan bahwa

“*Return* investasi adalah keuntungan yang dihasilkan oleh investor melalui aktivitas investasi mereka. Semakin baik tingkat *Return*, seharusnya semakin tinggi, ini menunjukkan bahwa seorang investor menghasilkan uang ketika mereka berinvestas.”

Menurut Rahayu dan Yuniarta (2022) menyatakan bahwa

“Nilai yang diperoleh melalui aktivitas investasi dikenal sebagai *return*, *return* yang dimaksud adalah yang dapat diperoleh melalui pendapatan saat ini yang berasal dari pembayaran yang dilakukan setiap tahun.”

Menurut Bakhri (2018) menyatakan bahwa

“Alasan orang berinvestasi terutama untuk mendapatkan keuntungan, yang dikenal sebagai *return*, jika investor menginginkan tingkat *return* tertentu atas uang yang telah mereka investasikan, sangat masuk akal untuk merujuk pada jumlah *return* investasi sebagai *return* dalam konteks manajemen investasi.”

Sedangkan menurut Hermuningsih *et al* (2018) menyatakan bahwa

“*Return* adalah hasil (keuntungan atau kerugian) dari investasi saham, ada dua jenis *return*: *return* yang direalisasi dan tidak direalisasi, *return* yang direalisasikan adalah *return* yang telah terjadi, *return* yang diantisipasi investor untuk diperoleh di masa depan dikenal sebagai *return* ekspektasi (*anticipated return*).”

Diikuti Widiatika *et al* (2022) menyatakan bahwa

“*Return* adalah imbalan yang diharapkan bagi investor dalam jangka panjang untuk jumlah uang yang telah diinvestasikan.”

2.1.2.2 Indikator *Return*

Adapun indikator *return* menurut para beberapa ahli, seperti yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.2
Indikator *Return*

Rahayu & Yuniarta (2022)	Burhanudin <i>et al</i> (2021)	Efendi & Trisnawati (2023)	Lajuba (2021)	Hermuningsih <i>et al</i> (2018)
1. Pengetahuan <i>Return</i>	1. Keuntungan yang menarik	1. <i>Attractive profits</i>	1. <i>Capital Gain (Loss)</i>	1. <i>Current Income</i> (Pendapatan Lancar)
2. <i>Return</i> yang diharapkan	2. Risk and <i>Return</i>	2. <i>Risk and Return</i>	2. <i>Yield</i>	2. <i>Capital Gain/ Capital Loss</i> (Keuntungan Selisih Harga)
3. Sumber <i>Return</i>	3. Pertimbangan keuntungan	3. <i>Profit considerations</i>		
	4. <i>Dividen dan Capital Gain</i>	4. <i>Dividends and capital gains</i>		

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan indikator – indikator *return* yang telah diuraikan pada tabel 2.2 maka yang dipakai oleh penulis indikator menurut Rahayu dan Yuniarta (2022) yaitu pengetahuan *return*, *return* yang diharapkan dan sumber *return*. Berikut penjelasan mengenai indikator – indikator tersebut.

1. Pengetahuan *Return*

Return adalah tingkat pengembalian laba pada saat berinvestasi, ini terdiri dari setiap perubahan nilai investasi serta arus kas yang diterima investor

selama periode waktu tertentu, seperti pembayaran bunga, pembayaran kupon, dividen tunai, dan dividen saham.

2. *Return* yang diharapkan

Dapat diartikan sebagai tingkat pengembalian laba yang menguntungkan, karena pada umumnya para investor sangat mengharapkan laba yang sangat menguntungkan dari modal awal yang ditanam.

3. Sumber *Return*

Merupakan *Return* atau tingkat pengembalian yang bersumber dari perusahaan atau pasar efek yang memberikan imbalan dalam bentuk laba.

2.1.2.3 Teori *Return*

Menurut Handini dan Astawinetu (2020:5) menyatakan bahwa orang berinvestasi terutama untuk menghasilkan uang (*return*), yang dimaksud dengan “*return*” dalam konteks pengelolaan investasi adalah *return* investasi, investor secara alami mengharapkan tingkat *return* tertentu atas uang yang telah mereka investasikan, investor mengantisipasi investasi mereka untuk memberikan keuntungan guna mengimbangi biaya peluang dan risiko penurunan daya beli akibat inflasi.

Masih dalam Handini dan Astawinetu (2020:5) menyatakan bahwa penting untuk membedakan antara *return* yang diprediksi dan *return* yang direalisasikan ketika membahas manajemen investasi, tingkat *return* yang diantisipasi investor di masa depan dikenal sebagai *return* yang diharapkan.

Masih menurut Handini dan Astawinetu (2020:5) menyatakan bahwa tingkat *return* yang benar-benar terjadi atau diterima investor adalah tingkat *return* yang

telah diperoleh investor sebelumnya, seorang investor akan menginginkan tingkat *return* tertentu saat melakukan investasi, dan setelah waktu investasi berlalu, investor harus mempertimbangkan tingkat *return* yang benar-benar diterimanya.

Masih menurut Handini dan Astawinetu (2020:5) menyatakan bahwa seorang investor akan menginginkan tingkat *return* tertentu saat melakukan investasi, dan setelah waktu investasi berlalu, investor harus mempertimbangkan tingkat *return* yang benar-benar diterimanya, tingkat *return* aktual yang diterima investor dari investasi mereka mungkin berbeda dari tingkat *return* yang diprediksi, risiko yang harus selalu diperhitungkan dalam proses investasi adalah ketidaksesuaian antara *return* yang diproyeksikan dengan *return* yang sebenarnya.

Masih dalam Handini dan Astawinetu (2020:5) menyatakan bahwa dua komponen utama sumber *return* investasi adalah hasil dan keuntungan (kerugian) modal, komponen *return* yang dikenal sebagai hasil mewakili arus kas atau pendapatan yang diterima secara teratur dari investasi, imbal hasil ditunjukkan oleh bunga obligasi yang dibayarkan, misalnya jika kita berinvestasi pada obligasi, dengan cara yang sama hasil ekuitas diwakili oleh jumlah dividen yang kita dapatkan, keuntungan (kerugian) yang merupakan elemen *return* kedua, adalah kenaikan (penurunan) harga sekuritas (yang mungkin berupa obligasi atau saham jangka panjang), yang dapat mengakibatkan keuntungan (kerugian) bagi investor, dengan kata lain perubahan harga sekuritas juga dapat digunakan untuk menginterpretasikan keuntungan (kerugian) modal.

Masih menurut Handini dan Astawinetu (2020:153) menyatakan bahwa investor harus mempertimbangkan setiap potensi untuk mencapai tingkat *return* tertentu,

atau lebih sering dikenal sebagai kemungkinan terjadinya, untuk mengevaluasi *return* sekuritas sebagai aset tunggal (risiko mandiri), sedangkan distribusi probabilitas berhubungan dengan hasil *return* yang diharapkan dan probabilitasnya, dengan kata lain, distribusi probabilitas menampilkan rincian tingkat *return* yang diharapkan dan kemungkinan yang akan terjadi.

Jadi dapat disimpulkan dari pernyataan diatas *return* adalah keuntungan yang akan di dapatkan jika berinvestasi, tetapi tidak setiap berinvestasi selalu menguntungkan, karna ada saja kerugian dalam berinvestasi. Maka dari itu untuk menghindari dari kerugian ada cara perhitungan yang dilakukan yaitu dengan rumus yang sudah tertera diatas, dengan adanya rumus tersebut menghindari kemungkinan kerugian terjadi dan terjadi suatu keuntungan atau *Return* dari berinvestasi.

2.1.3 Persepsi Harga

2.1.3.1 Definisi Persepsi Harga

Menurut Indrasari (2019:36) menyatakan bahwa

“Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah, tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli.”

Menurut Putra (2021) menyatakan bahwa

“Persepsi harga adalah bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam bagi konsumen.”

Menurut Salsabila (2020) menyatakan bahwa

“Persepsi adalah proses dari seseorang dalam memahami lingkungan yang mengakibatkan pengorganisasian dan penafsiran sebagai rangsangan dalam suatu pengalaman psikologi.”

Sedangkan menurut Wardani (2020) menyatakan bahwa

“Persepsi juga dapat diartikan sebagai suatu pengalaman mengenai hubungan-hubungan atau objek yang didapatkan dengan cara menyimpulkan berbagai informasi dan menafsirkan pesan.”

Menurut Savitri dan Wardana (2018) menyatakan bahwa

“Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap produk maupun jasa, kesesuaian harga dan kualitas yang ditawarkan perlu menjadi perhatian demi terciptanya citra yang baik.”

Diikuti penelitian Mitriani *et al* (2018) menyatakan bahwa

“Harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.”

Sedangkan menurut Haitao (2022) menyatakan bahwa

“Persepsi Harga adalah jumlah uang yang ditagih untuk suatu produk atau jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk dapat memperoleh manfaat dan menggunakan suatu produk atau jasa.”

2.1.3.2 Indikator Persepsi Harga

Adapun indikator menurut para beberapa ahli, seperti yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.3
Indikator Persepsi Harga

Ling & Pratomo (2020)	Rahayu & Yuniarta (2022)	Savitri & Wardana (2018)	Mitariani <i>et al</i> (2018)	Putra (2021)
1. Keterjangkauan Harga	1. Daya beli	1. <i>Attractiveness</i>	1. Pelanggan membayar harga yang wajar	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
2. Kesesuaian Harga	2. Gaya hidup	2. Tingkat harga yang relatif	2. Ketepatan penetapan harga	2. Kesesuaian harga dengan manfaat.
3. Daya Saing Harga	3. Manfaat produk	3. <i>Fairness</i>	3. Kewajaran kebijakan harga	3. Harga bersaing.
4. Kesesuaian Manfaat	4. Harga produk		4. Perubahan harga sesuai dengan etika	
			5. Harga dapat diterima oleh pelanggan	

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan indikator – indikator *Return* yang telah diuraikan pada tabel 2.3 maka yang dipakai oleh penulis indikator menurut Ling & Pratomo (2020) yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Berikut penjelasan mengenai indikator – indikator tersebut.

1. Keterjangkauan harga

Artinya konsumen dapat menjangkau harga yang sudah ditentukan oleh suatu perusahaan. Produk dari perusahaan tersebut biasanya memiliki beberapa jenis dalam satu merek, begitu juga dengan harga ada dari yang termurah sampai termahal.

2. Kesesuaian harga

Artinya konsumen harus bijak dalam menentukan suatu produk yang akan dibeli. Dengan harga yang terjangkau masa pakai biasanya kurang dari satu tahun, tetapi jika membeli barang dengan harga yang cukup merogoh dompet biasanya produk tersebut akan bertahan sampai beberapa tahun kedepan.

3. Daya saing harga

Dapat dikatakan bahwa persaingan harga diluar sana semakin ketat. Perusahaan akan berfikir bagaimana caranya agar produk atau layanan yang mereka ciptakan dapat memiliki peminat yang banyak dibanding dengan perusahaan yang lain.

4. Kesesuaian manfaat

Artinya dalam membeli saham atau berinvestasi saham para konsumen berfikir jangka panjang agar saham yang dicari sesuai dengan manfaat yang didapatkan untuk kedepannya.

2.1.3.3 Teori Persepsi Harga

Menurut Isabella dan Dewi (2016) menyatakan bahwa persepsi konsumen tentang harga suatu produk dalam kaitannya dengan fitur terkait, atau perbandingan harga dengan barang lain yang sifatnya serupa, dapat digambarkan sebagai harga yang dirasakan, persepsi harga juga dapat diartikan dengan berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi layanan.

Diikuti penelitian Sulastrri (2017) menyatakan bahwa untuk menentukan harga bahwa proses penentuan harga harus dimulai dengan memikirkan tujuan dari penentuan harga itu sendiri.

Menurut Haitao (2022) menyatakan bahwa persepsi harga adalah sejumlah uang yang ditawarkan untuk suatu barang atau jasa tertentu, atau sejumlah uang yang ditawarkan oleh konsumen untuk dapat menggunakan dan menikmati suatu barang atau jasa tertentu.

Sedangkan penelitian menurut Wijayanti (2017) menyatakan bahwa harga dianggap oleh konsumen sebagai sesuatu yang harus diserahkan atau ditukar untuk menerima suatu produk, namun dari sudut pandang pemasaran, harga adalah ukuran moneter atau lainnya (termasuk komoditas dan jasa lainnya) yang dialihkan untuk mendapatkan hak kepemilikan. atau penggunaan barang dan jasa.

Jadi dapat disimpulkan berdasarkan beberapa peneliti diatas Persepsi Harga merupakan informasi yang di dapat mengenai harga, harga bisa dikatakan nilai dari suatu barang, dengan harga biasanya para konsumen mengetahui sejauh mana kemampuan mereka dalam membeli barang. Ada juga beberapa teori dari beberapa peneliti yang menyatakan bahwa persepsi harga mempunyai manfaat yang dimana jika manfaat nya besar maka nilainya juga meningkat. Selain manfaat ada juga beberapa dimensi dari beberapa ahli yang sudah dikatakan sebagaimana seperti diatas.

2.1.4 Minat Investasi

2.1.4.1 Definisi Minat Investasi

Menurut Sunaryo (2021:1) menyatakan bahwa

“Investasi adalah proses pengelolaan uang atau aktiva dalam rangka memperoleh keuntungan.”

Menurut Wardani (2020) menyatakan bahwa

“Minat adalah keinginan yang tinggi terhadap sesuatu, minat merupakan suatu sikap dan nilai atau aspek afektif yang memiliki peran sangat penting dalam kehidupan.”

Masih menurut Wardani (2020) menyatakan bahwa

“Investasi adalah keterikatan atas sejumlah dana dan sumber daya lainnya yang dilakukan pada masa sekarang untuk memperoleh serta mendapatkan keuntungan dan manfaat di masa depan.”

Menurut Burhanudin *et al* (2021) menyatakan bahwa

“Minat Investasi merupakan hasrat atau keinginan yang kuat pada seseorang untuk mempelajari segala hal atau menggali informasi yang berkaitan dengan investasi hingga pada tahap mempraktikannya atau berinvestasi.”

Menurut Wibowo (2019) menyatakan bahwa

“Minat dapat didefinisikan suatu keinginan untuk menempatkan sebagian dananya pada pasar modal dengan maksud mendapatkan keuntungan di masa depan.”

Menurut Syaeful Bakhri (2018) menyatakan bahwa

“Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah ataupun keinginan.”

Menurut Kusumawati *et al* (2022) menyatakan bahwa

“Minat investasi adalah suatu keadaan dimana seseorang memiliki minat untuk berinvestasi.”

Menurut Nadya dan Ismawati (2020) menyatakan bahwa

”Investasi merupakan salah satu kegiatan dimana pemilik modal atau yang disebut investor mengalokasikan modalnya pada suatu lembaga dan bermaksud untuk mendapatkan keuntungan yang lebih menjanjikan serta menghasilkan peningkatan nilai investasi, dalam menginvestasikan dananya para investor perlu mengkaji dan menganalisis perusahaan dan saham yang dapat menghasilkan keuntungan, dengan melihat peningkatan nilai perusahaan investor dapat mengukur besaran nilai suatu saham.”

2.1.4.2 Indikator Minat Investasi

Adapun indikator menurut para beberapa ahli, seperti yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.4
Indikator Minat Investasi

Muhammad Fahreza dan Ngadino Surip (2018)	Burhanudin <i>et al</i> (2021)	Muh. Abdi Imam (2021)	Ni Putu Hindi Rahayu dan Gede Adi Yuniarta (2022)	Citra Andriani Kusumawati <i>et al</i> (2022)
1. Ekpetasi	1. Informasi Investasi	1. Keinginan untuk mengetahui tentang suatu investasi	1. Keinginan Berinvestasi	1. Keputusan Dalam Membuat Investasi
2. Rencana	2. Menjanjikan <i>Return</i>	2. Menghadiri pelatihan dan seminar tentang investasi	2. Keterikatan	2. Rencana Untuk Berinvestasi
3. Keinginan	3. Investasi yang menarik	3. Percaya diri mencoba berinvestasi	3. Keyakinan	

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan indikator – indikator *return* yang telah diuraikan pada tabel 2.4, maka yang dipakai oleh penulis indikator menurut Burhanudin *et al* (2021) yaitu informasi investasi, menjanjikan *Return* dan investasi yang menarik. Berikut penjelasan mengenai indikator – indikator tersebut.

1. Informasi Investasi

Artinya sebelum melakukan investasi pada satu instrumen investasi, tentunya investor harus mengetahui dan mempelajari setiap hal yang berkaitan dengan sebuah investasi.

2. Menjanjikan *Return*

Artinya *Return* yang dijanjikan oleh perusahaan yaitu *Return* yang besar, oleh karena itu perusahaan dapat mengambil keputusan bahwa akan menjanjikan *Return* agar menarik perhatian para investor untuk berinvestasi.

3. Investasi yang menarik

Investasi merupakan istilah yang berkaitan dengan keuangan dan ekonomi. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan harapan akan mendapatkan keuntungan dimasa mendatang.

2.1.4.3 Teori Minat Investasi

Handini dan Astawinetu (2020:1) menyatakan bahwa investasi sebagai imbalan atas waktu dan risiko yang terlibat dalam investasi, seorang investor membeli sejumlah saham sekarang dengan harapan mendapatkan kenaikan bunga investasi atau sejumlah dividen di kemudian hari.

Masih menurut Handini dan Astawinetu (2020:1) menyatakan bahwa investor adalah pihak yang melakukan kegiatan penanaman modal, secara umum investor terbagi dalam dua kategori: investor individu (juga dikenal sebagai investor ritel) dan investor institusional (juga dikenal sebagai investor institusional), investor individu adalah mereka yang terlibat dalam kegiatan investasi, sedangkan investor institusi sering kali mencakup perusahaan asuransi, lembaga penyimpanan (bank dan lembaga simpan pinjam), organisasi dana pensiun, dan perusahaan investasi.

Menurut Sujana (2017) menyatakan bahwa pemodal menciptakan produk baru, memperluas saluran distribusi, dan sejenisnya adalah contoh aset riil yang dapat diinvestasikan oleh investor, aset keuangan, sekuritas, dan sertifikat deposito, serta saham, obligasi, dan sertifikat reksa dana adalah contoh dari aset keuangan yang dapat diinvestasikan oleh investor.

Menurut Bakhri (2018) menyatakan bahwa setelah kebutuhan dasar seseorang terpenuhi, kegiatan ekonomi selanjutnya meningkat menjadi investasi, di antara

banyak pilihan investasi ini adalah tabungan, emas, real estat, sertifikat mahal (saham dan obligasi), dan lain-lain, investasi dilakukan untuk masa depan, bukan untuk saat ini, investasi dapat dianggap sebagai penangguhan konsumsi saat ini sehingga dapat digunakan dalam produksi yang efektif untuk sementara waktu.

Masih menurut Bakhri (2018) menyatakan bahwa terbukti bahwa informasi tentang investasi itu sendiri dan posisi strategis masyarakat sebagai pelopor kemajuan ilmu pengetahuan di berbagai bidang kehidupan mereka, termasuk sosialisasi dan edukasi tentang investasi di pasar modal, merupakan unsur yang mempengaruhi minat berinvestasi.

Menurut Zahera dan Bansal (2017) menyatakan bahwa mengingat risiko dan imbalan yang menyertainya, orang, bisnis, dan organisasi mengidentifikasi keuangan dengan akuisisi dan distribusi sumber daya keuangan, ironisnya frasa perdagangan dan investasi terkadang digunakan secara bergantian berinvestasi adalah untuk jangka panjang, memberi kesempatan kepada investor untuk menuai hasil maksimal dalam bentuk arus kas dan keuntungan modal, berlawanan dengan perdagangan, yang ditujukan untuk keuntungan jangka pendek dan cepat.

2.1.4.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi

Menurut Suardikha *et al* (2014) menyatakan dalam penelitiannya ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat investasi sebagai berikut:

1. *Neutral Information* adalah informasi yang datang dari luar, yang menambah informasi dan menjadikan pengetahuan calon investor sudah lebih lengkap.
2. *Personal financial needs* adalah semacam panduan atau arahan bagi investor dalam investasi masa depan dapat diperoleh dari informasi pribadi yang diperoleh ketika investor aktif terlibat dalam bidang investasi.
3. *Self Image/Firm Image Coincidence* adalah informasi yang berhubungan dengan penilaian terhadap citra perusahaan.

4. *Social Relevance* menyangkut informasi tentang daftar pasar saham perusahaan, kebijakan pengelolaan lingkungan perusahaan, dan wilayah operasi regional atau global perusahaan.
5. *Classic* merupakan kemampuan investor untuk menentukan kriteria ekonomis perilaku.
6. *Professional recommendation* merupakan pendapat, saran, atau rekomendasi dari pihak-pihak, profesional atau para ahli di bidang investasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa minat investasi adalah suatu minat atau ketertarikan mengenai berinvestasi yang dimana pada zaman sekarang berinvestasi bisa menguntungkan jika kita mengambil langkah yang benar. Dengan kita berminat dalam investasi itu bisa menjadi pembelajaran bagaimana cara menabung untuk mendapatkan manfaat dalam jangka panjang.

2.1.5 Peneliti Terdahulu

1. Timothius Tandio dan A. A. G. P. Widanaputra (2016)

Penelitian yang dilakukan Timothius Tandio dan A. A. G. P. Widanaputra (2016) “Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, *Return*, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa” dengan menggunakan penelitian asosiatif kausal, menunjukkan bahwa variabel minat investasi dipengaruhi oleh variabel pelatihan pasar modal. Variabel minat investasi dipengaruhi oleh variabel *Return*. Tidak ada perbedaan minat antara siswa laki-laki dan perempuan, variabel jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap variabel minat investasi, dan variabel kemajuan teknologi juga tidak berpengaruh.

2. Ni Putu Hindi Rahayu dan Gede Adi Yuniarta (2022)

Penelitian yang dilakukan Ni Putu Hindi Rahayu dan Gede Adi Yuniarta (2022) ”Pengaruh Edukasi Investasi, *Return*, Persepsi Harga, Motivasi

Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal” dengan menggunakan metode kuantitatif, menunjukkan variabel edukasi investasi tidak dipengaruhi secara signifikan oleh minat mahasiswa berinvestasi. Variabel *Return* tidak dipengaruhi oleh minat mahasiswa berinvestasi. Variabel persepsi harga dipengaruhi oleh minat mahasiswa berinvestasi. Variabel motivasi investasi dipengaruhi oleh minat mahasiswa berinvestasi.

3. Safa' Salsabila (2020)

Penelitian yang dilakukan Safa' Salsabila (2020) “Pengaruh Persepsi *Return*, Risiko, Harga, Kepatuhan Syariah Dan Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham Di Pasar Modal Syariah” dengan menggunakan metode analisis regresi berganda, menunjukkan hasil minat investasi dipengaruhi oleh pelatihan pasar modal dan *Return* secara signifikan. Sedangkan minat investasi tidak dipengaruhi pengaruh variabel persepsi risiko, gender, dan kemajuan teknologi secara signifikan.

4. Dewi Kusuma Wardani (2020)

Penelitian yang dilakukan Dewi Kusuma Wardani (2020) “Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal dan Persepsi atas Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal” dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif, menunjukkan hasil dapat diketahui bahwa minat investasi mahasiswa di pasar modal dipengaruhi positif oleh sosialisasi pasar modal secara parsial, minat investasi mahasiswa di pasar modal tidak dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi atas risiko secara parsial.

5. Suardikha *et al* (2014)

Penelitian yang dilakukan Suardikha *et al* (2014) “Pengaruh Modal Investasi Minimal Di Bni Sekuritas, *Return* Dan Persepsi Terhadap Risiko Pada Minat Investasi Mahasiswa, Dengan Penghasilan Sebagai Variabel Moderasi” data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, dengan menunjukkan hasil pada variabel persepsi terhadap risiko menunjukkan bahwa terbukti berpengaruh. Hasil untuk variabel *Return* menunjukkan bahwa terbukti berpengaruh terhadap Risiko Pada Minat Investasi Mahasiswa. Hubungan variabel *Return* dengan variabel minat investasi adalah sesuai dengan teori *Return* dan risiko investasi yang menyatakan bahwa semakin besar *Return* yang mungkin diperoleh, semakin besar pula minat investor dalam berinvestasi.

6. Riki Efendi & Rina Trisnawati (2023)

Kajian kuantitatif “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal” oleh Riki Efendi dan Rina Trisnawati (2023) yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan berdasarkan perhitungan pada Tabel 1 secara parsial, karena nilai variabel pengetahuan investasi terhadap minat investasi secara statistik signifikan sebesar 0,003. Hasil tersebut secara statistik signifikan pada 0,002-0,05 berdasarkan estimasi variabel hasil investasi, maka Hipotesis (H)₂ diterima. Hal ini menunjukkan bahwa minat berpartisipasi dalam pasar modal dipengaruhi secara positif oleh variabel hasil investasi. Berdasarkan

perhitungan variabel risiko, H3 disetujui karena temuan secara statistik signifikan pada 0,037-0,05.

7. Citra Andriani Kusumawati *et al* (2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Citra Andriani Kusumawati *et al* (2022) “Judul Ditulis Menggunakan Format Huruf Besar Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Semarang)” menggunakan metode data primer, ditunjukkan dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

- a) Koefisien regresi pada variabel Pengetahuan Investasi (X_1) sebesar 0,216 bertanda positif. Artinya ketika terjadi peningkatan variabel Pengetahuan Investasi dimana variabel lainnya konstan akan dapat meningkatkan minat investasi.
- b) Koefisien regresi terhadap Pendapatan (X_2) sebesar 0,459 bertanda positif. Artinya jika terjadi peningkatan pada Variable Income (X_2) dimana variabel lainnya konstan akan dapat meningkatkan Bunga Investasi.
- c) Koefisien regresi pada *Return* Investasi (X_3) sebesar 0,317 bertanda positif. Artinya jika terjadi peningkatan Variabel Hasil Investasi (X_3) dimana variabel lainnya konstan maka akan dapat meningkatkan Minat Investasi.
- d) Koefisien regresi pada variabel Risiko (X_4) sebesar 0,221 bertanda positif. Artinya jika terjadi peningkatan pada variabel Risiko (X_4)

dimana variabel lainnya konstan maka akan dapat meningkatkan Minat Investasi.

- e) Koefisien regresi pada variabel Modal Minimal (X_5) sebesar 0,291 bertanda positif. Artinya jika terjadi peningkatan Variabel Modal Minimal (X_5) dimana variabel lainnya konstan maka akan dapat meningkatkan Minat Investasi.

8. Ryan Elfahmi *et al* (2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Ryan Elfahmi *et al* (2020) “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang *Return*, Risiko dan Pengawasan Operasional Terhadap Niat Investasi Mahasiswa di Bidang Pertanian” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Rancangan penelitian menggunakan pendekatan *explanatory survey*, menunjukkan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat investasi, menunjukkan bahwa persepsi pengawasan operasional berpengaruh terhadap minat investasi, hasil uji determinasi 0,40. Artinya secara keseluruhan variabel independen dalam penelitian ini hanya memberikan kontribusi sebesar 40% dalam menjelaskan variabel dependen, sisanya 60% merupakan variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kontribusi 40% ini membuka peluang penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel lain.

9. Magdalena Jasiniak (2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Magdalena Jasiniak (2018) “Determinan Keputusan Investasi di Pasar Modal” Penelitian yang diajukan dalam makalah ini bertujuan untuk memverifikasi hubungan antara beberapa

karakteristik spesifik investor individu dan kecenderungan mereka untuk memilih saham dengan harga nominal rendah atau tinggi. Hasil penelitian sesuai dengan arah penelitian terkini terkait dengan determinan keputusan investasi, persepsi harga di pasar modal dan anomali harga rendah. Model tersebut juga menunjukkan korelasi positif antara tingkat pendidikan investor dan arah investasi. Perlu ditunjukkan bahwa model yang diusulkan sebesar 94,4% dengan benar memprediksi keputusan responden tentang kesediaan perusahaan untuk berinvestasi dalam saham yang sangat murah atau relatif mahal. Ini adalah indikasi yang sangat tinggi dan tegas bahwa karakteristik psikologis dan persepsi realitas membentuk pendekatan investor terhadap potensi pertumbuhan perusahaan yang bersangkutan berdasarkan harga saham saat ini. Metode kedua yang diusulkan oleh penulis adalah untuk memperluas persepsi saham harga rendah dan saham harga tinggi akan terlihat lebih mahal.

10. Muhamad Yudi Abni & Rina Trisnawati (2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Yudi Abni & Rina Trisnawati (2022) “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Minimal, Perkembangan Teknologi, Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa minat berinvestasi di pasar modal dipengaruhi oleh pengetahuan investasi. Hasil penelitian ini memberikan

bukti empiris bahwa minat berinvestasi di pasar modal tidak dipengaruhi oleh pelatihan pasar modal. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa minat berinvestasi di pasar modal dipengaruhi oleh modal minimum. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa minat berinvestasi di pasar modal dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa minat berinvestasi di pasar modal dipengaruhi oleh motivasi.

11. Husna Fitri Amalia (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Husna Fitri Amalia (2019) “Pengaruh *Return* Dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Galeri Investasi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena data yang digunakan berupa angka-angka. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel minat investasi tidak dipengaruhi secara signifikan oleh *Return*, selanjutnya variabel minat investasi mahasiswa dipengaruhi oleh risiko, sedangkan variabel minat investasi mahasiswa dipengaruhi oleh *Return* dan risiko.

12. Rena Feri Wijayanti et al (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Rena Feri Wijayanti et al (2017) “Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Pembelian Produk Private Label”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel minat pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi harga, begitu juga dengan variabel minat pembelian

dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi, dan variabel minat pembelian dipengaruhi secara simultan oleh persepsi harga dan persepsi kualitas.

13. Akhmad Darmawan *et al* (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Darmawan *et al* (2019) “Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa minat investasi mahasiswa dipengaruhi secara simultan oleh pengetahuan investasi, motivasi investasi dan literasi keuangan, minat investasi mahasiswa tidak dipengaruhi secara parsial oleh pengetahuan investasi, minat investasi mahasiswa dipengaruhi secara parsial oleh motivasi investasi, minat investasi mahasiswa dipengaruhi secara parsial dan signifikan oleh literasi keuangan, dan minat investasi mahasiswa dipengaruhi secara parsial signifikan oleh lingkungan keluarga.

14. Akhmad Darmawan & Julian Japar (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Darmawan & Julian Japar (2019) “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Pelatihan Pasar Modal Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa minat investasi saham di pasar modal dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan investasi, pelatihan pasar modal dan motivasi dan menunjukkan hasil yang positif, sedangkan minat

investasi saham di pasar modal tidak dipengaruhi secara parsial oleh modal minimal.

15. Theresia Tyas Listyani *et al* (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Theresia Tyas Listyani *et al* (2019) “Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Pada Pt Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif terapan kausal. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal, pelatihan pasar modal berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal, modal investasi minimal berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal dan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal.

16. Maria Yalinta Ena *et al* (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Maria Yalinta Ena *et al* (2019) “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu, pertanyaan standar dan tanggapan alternatif dimasukkan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden sebagai bagian dari metodologi penelitian, data primer dan sekunder digunakan sebagai sumber data penelitian. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat keputusan pembelian pada cafenet dipengaruhi

signifikan secara parsial oleh persepsi harga. Keputusan pembelian pada cafenet tidak dipengaruhi secara signifikan dan secara parsial oleh kualitas pelayanan, lokasi, dan *word of mouth*. Berdasarkan hasil analisis secara simultan keputusan pembelian pada cafenet tidak dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan *word of mouth*. Sedangkan pengaruh variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan *word of mouth* terhadap variabel keputusan pembelian pada cafenet jauh lebih kecil dibandingkan pengaruh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

17. Faridhatun Faidah (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Faridhatun Faidah (2019) “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh secara positif signifikan terhadap minat investasi, faktor demografi juga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Dengan hasil yang sudah dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki kecerdasan secara akademik yang baik selama menuntut ilmu di Universitas Muria Kudus.

18. Glorya Priscilla Maino et al (2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Glorya Priscilla Maino et al (2022) “Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada *Verel Bakery And Coffee*”. Metode yang digunakan dalam

penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat subjektif dari persepsi responden secara deskriptif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa dari wawancara yang dilakukan dengan 5 informan yang merupakan konsumen dari *Verel Bakery and Coffee*, peneliti menyimpulkan bahwa dalam teknik pemasaran sesuai pengalaman yang pelanggan alami menunjukkan hasil yang sangat efektif dan diterima oleh narasumber.

19. Ayun Wulandari (2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Ayun Wulandari (2020) “Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa minat investasi mahasiswa di pasar modal dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh motivasi investasi, minat investasi mahasiswa di pasar modal dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengetahuan investasi, minat investasi mahasiswa di pasar modal dipengaruhi secara positif dan signifikan (simultan) oleh motivasi investasi dan pengetahuan investasi.

20. Winda Linansya (2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Winda Linansya (2021) “Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Skincare Ms Glow* Di Kabupaten Sragen”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh secara positif terhadap minat beli, persepsi kualitas berpengaruh secara positif dan

signifikan terhadap minat belikonsumen produk skincare ms *glow* di kabupaten sragen dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat belikonsumen produk *skincare ms glow*.

Tabel 2.5
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Timothius Tandio dan A. A. G. P. Widanaputra (2016)	Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, <i>Return</i> , Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa	Variabel bebas: • <i>Return</i> Variabel terikat: • Minat Investasi Mahasiswa	Variabel bebas: • Pelatihan Pasar Modal • Risiko • Gender • Kemajuan teknologi
2.	Ni Putu Hindi Rahayu dan Gede Adi Yuniarta (2022)	Pengaruh Edukasi Investasi, <i>Return</i> , Persepsi Harga, Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal	Variabel bebas: • <i>Return</i> • Persepsi Harga Variabel terikat: • Minat Investasi Mahasiswa	Variabel bebas: • Edukasi Investasi • Motivasi Investasi
3.	Safa' Salsabila (2020)	Pengaruh Persepsi <i>Return</i> , Risiko, Harga, Kepatuhan Syariah Dan Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham Di Pasar Modal Syariah	Variabel bebas: • Harga Variabel terikat: • Minat Investasi Mahasiswa	Variabel bebas: • Persepsi <i>Return</i> • Risiko • Kepatuhan Syariah dan Pengetahuan Variabel terikat: • Pasar Modal Syariah
4.	Dewi Kusuma Wardani (2020)	Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal dan Persepsi atas Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal	Variabel bebas: • Pasar Modal Variabel terikat: • Minat Investasi Mahasiswa	Variabel bebas: • Persepsi atas Risiko
5.	Suardikha <i>et al</i> (2014)	Pengaruh Modal Investasi Minimal Di Bni Sekuritas, <i>Return</i> Dan Persepsi Terhadap Risiko Pada Minat Investasi Mahasiswa, Dengan Penghasilan Sebagai Variabel Moderasi	Variabel bebas: • <i>Return</i> Variabel terikat: • Minat Investasi Mahasiswa	Variabel bebas: • Modal Investasi • Persepsi Variabel terikat: • Risiko
6.	Riki Efendi & Rina Trisnawati (2023)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal	Variabel terikat: • Pasar Modal	Variabel bebas: • Faktor yang mempengaruhi minat investasi
7.	Citra Andriani Kusumawati <i>et al</i> (2022)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Pada	Variabel terikat: • Pasar Modal	Variabel bebas: • Faktor yang mempengaruhi minat investasi

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Mahasiswa Universitas Semarang)		
8.	Ryan Elfahmi <i>et al</i> (2020)	Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang <i>Return</i> , Risiko dan Pengawasan Operasional Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Bidang Pertanian	Variabel bebas: • <i>Return</i> Variabel terikat: • Minat Investasi Mahasiswa	Variabel bebas: • Persepsi Mahasiswa Tentang <i>Return</i> , Risiko dan Pengawasan Operasional
9.	Magdalena Jasiniak (2018)	Penentu keputusan investasi di pasar modal	Variabel bebas: • Pasar Modal	Variabel terikat: • Keputusan Investasi
10.	Muhamad Yudi Abni & Rina Trisnawati (2022)	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Minimal, Perkembangan Teknologi, Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal	Variabel bebas: • Pasar Modal Variabel terikat: • Minat Investasi Mahasiswa	Variabel bebas: • Investasi, Modal Minimal, Perkembangan Teknologi, Dan Motivasi
11.	Husna Fitri Amalia (2019)	Pengaruh <i>Return</i> Dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Galeri Investasi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo	Variabel bebas: • <i>Return</i> Variabel terikat: • Minat Investasi Mahasiswa	Variabel bebas: • Risiko
12.	Rena Feri Wijayanti <i>et al</i> (2017)	Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Pembelian Produk Private Label	Variabel bebas: • Persepsi Harga	Variabel bebas: • Persepsi Kualitas Variabel terikat: • Minat Pembelian Produk Private Label
13.	Akhmad Darmawan <i>et al</i> (2019)	Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal	Variabel Bebas: • Pasar Modal Variabel Terikat • Minat Investasi	Variabel Bebas: • Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga
14.	Akhmad Darmawan & Julian Japar (2019)	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Pelatihan Pasar Modal Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Feb Universitas Muhammadiyah Purwokerto)	Variabel Bebas: • Pasar Modal Variabel Terikat • Minat Investasi	• Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Pelatihan Pasar Modal Dan Motivasi
15.	Theresia Tyas Listyani <i>et al</i> (2019)	Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal	Variabel Bebas: • Pasar Modal Variabel Terikat	Variabel Bebas: • Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Pada Pt Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang)	<ul style="list-style-type: none"> Minat Investasi Mahasiswa 	Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko
16.	Maria Yalinta Ena <i>et al</i> (2019)	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Di <i>Chezz Cafenet</i>	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> Persepsi Harga 	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Di <i>Chezz Cafenet</i>
17.	Faridhatun Faidah (2019)	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa	Variabel Terikat: <ul style="list-style-type: none"> Minat Investasi 	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi
18.	Glorya Priscilla Maino <i>et al</i> (2022)	Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada <i>Verel Bakery And Coffee</i>	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> Persepsi Harga 	Variabel Terikat <ul style="list-style-type: none"> Minat Beli Pada <i>Verel Bakery And Coffee</i>
19.	Ayun Wulandari (2020)	Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Kasus Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan)	Variabel Terikat <ul style="list-style-type: none"> Minat Investasi 	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi
20.	Winda Linansya (2021)	Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Produk <i>Skincare Ms Glow</i> Di Kabupaten Sragen	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> Persepsi Harga 	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> Persepsi Kualitas Dan Persepsi Risiko Variabel Terikat <ul style="list-style-type: none"> Minat Beli Konsumen Produk <i>Skincare Ms Glow</i> Di Kabupaten Sragen

Sumber: Data Diolah Penulis, 2023

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konsep yang ideal yang bersangkutan dengan teori berlandaskan faktor masalah yang penting. Kerangka pemikiran juga dapat dikatakan sebagai penjelasan sementara mengenai gejala yang dimana menjadi sebuah objek penelitian. Kerangka pemikiran yang yang benar akan menjelaskan teori hubungan berdasarkan variabel yang diteliti.

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian pustaka yang telah diuraikan penulis mengenai variabel minat investasi mahasiswa yang dipengaruhi oleh variabel pasar modal, *return* dan persepsi harga. Pengetahuan pasar modal, *return* dan persepsi harga merupakan tiga faktor yang bisa dikatakan penting dalam mempengaruhi minat investasi mahasiswa. Dengan mengetahui pengetahuan pasar modal, *return* dan persepsi harga dapat mengukur minat investasi bagi mahasiswa. Misalnya, pengetahuan pasar modal dapat meningkatkan *return* dan persepsi harga dalam minat mahasiswa berinvestasi.

Menjadi universitas terkemuka dibidang informasi dan komunikasi dan menghasilkan ilmuan yang berfikiran maju dibidangnya masing-masing dan mahasiswa yang mahir menggunakan teknologi informasi dan komputer merupakan tujuan dari Unveristas Komputer Indonesia. Hal ini menunjukkan keseriusan Unveristas Komputer Indonesia dalam mecentak generasi mahasiswa dan mahasiswi yang berprestasi dan mampu bersaing didalam dunia kerja. Selain itu Unversitas Komputer Indonesia mengedepankan pendidikan etika dan moral yang baik bagi mahasiswa dan mahasiswi. Dengan pemikiran mahasiswa yang

selalu berfikir maju, mahasiswa juga mengetahui berbagai pengetahuan terutama dalam bidang teknologi informasi dan komputer.

Bagi mahasiswa manajemen, terutama pada spesialisasi keuangan biasanya mempelajari mengenai investasi. Selain mempelajari investasi, mahasiswa harus memiliki minat investasi itu sendiri jika ingin mempraktekan pembelajaran yang di dapatkan. Adapun indikator minat investasi yaitu, informasi investasi, menjanjikan *return* dan investasi yang menarik.

Minat investasi adalah rasa ingin tahu atau keinginan yang kuat untuk memahami segala sesuatu tentang investasi sampai pada titik benar-benar terlibat di dalamnya (berinvestasi). Minat investasi merujuk pada informasi investasi, menjanjikan *return* dan investasi yang menarik. Minat investasi dipengaruhi oleh pengetahuan pasar modal, *return* dan persepsi harga, jika para mahasiswa sudah paham akan pengetahuan pasar modal, *return* dan persepsi harga maka minat berinvestasi pada mahasiswa bisa mulai muncul keinginannya untuk investasi.

Pasar modal adalah lokasi di mana berbagai pihak yang memiliki uang atau keuangan ekstra dapat berkumpul untuk membeli dan menjual aset, pasar modal juga berfungsi sebagai perantara. Pasar modal memiliki indikator informasi yang relevan dan harga yang menyesuaikan. Hal ini menunjukkan bahwa pasar modal diciptakan dengan maksud menghubungkan pemilik dana (investor) dengan bisnis yang membutuhkan uang tunai untuk bertahan hidup.

Return adalah apa yang anda dapatkan sebagai imbalan atas investasi. *Return* dapat berupa *return* realisasi yang telah terjadi dan diestimasi dengan menggunakan data historis atau *return* prediksi yang belum terjadi namun diantisipasi akan terjadi

di masa mendatang. Ekspektasi *return* dan risiko investasi berkorelasi positif, artinya semakin berisiko investasi, semakin tinggi *Return* yang diharapkan. *Return* memiliki indikator pengetahuan *return*, *return* yang diharapkan dan sumber *return*. Dari ketiga indikator tersebut bisa menjadi pertimbangan bagi mahasiswa yang akan berinvestasi.

Persepsi seseorang tentang harga suatu produk dan bagaimana perbandingannya dengan sarana keuangan mereka untuk membelinya dikenal sebagai harga yang dirasakan. Karena setiap orang memiliki kesan harga yang berbeda, pemasar harus dapat menetapkan harga produk dengan tepat, serta menawarkan panduan yang sesuai dan memiliki jawaban yang ideal untuk klien potensial mereka. Disamping itu persepsi harga juga mempunyai beberapa indikator yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Keempat indikator tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dalam persepsi harga pada minat investasi mahasiswa.

Sehingga dapat diartikan bahwa pada dasarnya pengetahuan pasar modal memiliki keterkaitan terhadap minat investasi mahasiswa, karena hal ini dapat menjadi dasar awal pengetahuan berinvestasi bagi para mahasiswa. Sebaliknya jika kita tidak memiliki pengetahuan mengenai pasar modal, maka kita akan mengalami kerugian dalam berinvestasi. Pengetahuan pasar modal yang buruk akan mengakibatkan para mahasiswa tidak tahu kemana arah yang akan mereka tuju untuk berinvestasi. Hal ini dapat menyebabkan mahasiswa akan mengalami kerugian, oleh karena itu mahasiswa harus memiliki dasar pengetahuan pasar modal dalam berinvestasi.

Return juga memiliki keterkaitan terhadap minat investasi mahasiswa, karena jika *return* yang akan di dapatkan besar maka ketertarikan mahasiswa dalam berinvestasi akan meningkat. Sebaliknya jika *return* yang didapatkan minus atau mendapatkan kerugian, maka mahasiswa pun akan berfikir lebih baik tidak melakukan investasi jika mendapatkan kerugian. Setiap para investor pasti mengharapkan *return* keuntungan yang besar, karena mereka sudah menginvestasikan kelebihan dananya untuk berinvestasi.

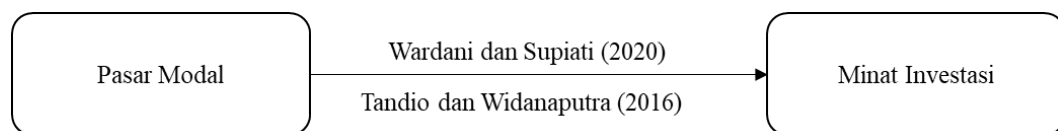
Persepsi harga pun memiliki keterkaitan terhadap minat investasi, karena masing-masing orang pasti berbeda tanggapan mengenai persepsi harga dalam berinvestasi. Hal ini menyebabkan tidak semua investor memiliki tempat investasi yang sama, karena persepsi harga menurut para investor berbeda-beda.

Jika minat investasi mahasiswa pada Program Studi manajemen Universitas Komputer Indonesia sudah baik, maka akan menghasilkan mahasiswa yang handal dalam berinvestasi. Sehingga perlu didukung mengenai pengetahuan pasar modal, *return* dan persepsi harga agar menciptakan mahasiswa yang cakap dalam melakukan investasi. Selain itu juga jika ingin berinvestasi mahasiswa tidak membutuhkan modal yang besar untuk memulai investasi, karena investasi bisa dimulai dengan kebutuhan investasi masing-masing mahasiswa.

2.2.1 Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi

Menurut penelitian yang dilakukan Dewi Kusuma Wardani (2020) menunjukkan bahwa hasil penelitian ini pasar modal berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Diikuti Tandio dan Widanaputra (2016) menemukan bahwa pasar modal memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi,

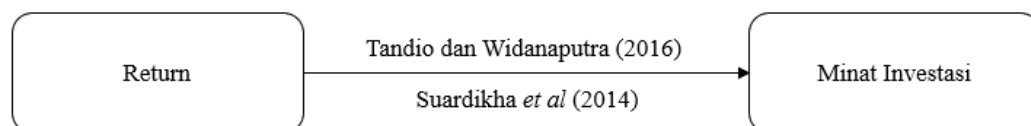
semakin seseorang memahami investasi maka minat berinvestasi akan meningkat pada pasar modal dan edukasi dipercaya akan dapat menambah pemahaman mengenai investasi.



Gambar 2.1
Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi

2.2.2 Pengaruh *Return* dengan Minat Investasi

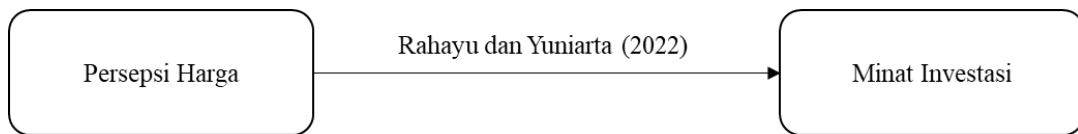
Menurut Tandio dan Widanaputra (2016) *Return* berpengaruh positif pada minat investasi mahasiswa. Salah satu objek yang mungkin menjadi target investasi para investor tentu saja adalah keuntungan, yang dalam hal ini bisa berarti gain atau *Return*. Diikuti penelitian Suardikha *et al* (2014) dalam investasi memiliki hubungan positif, yaitu semakin tinggi risiko maka *Return* yang diharapkan juga semakin tinggi.



Gambar 2.2
Pengaruh *Return* Terhadap Minat Investasi

2.2.3 Pengaruh Persepsi Harga dengan Minat Investasi

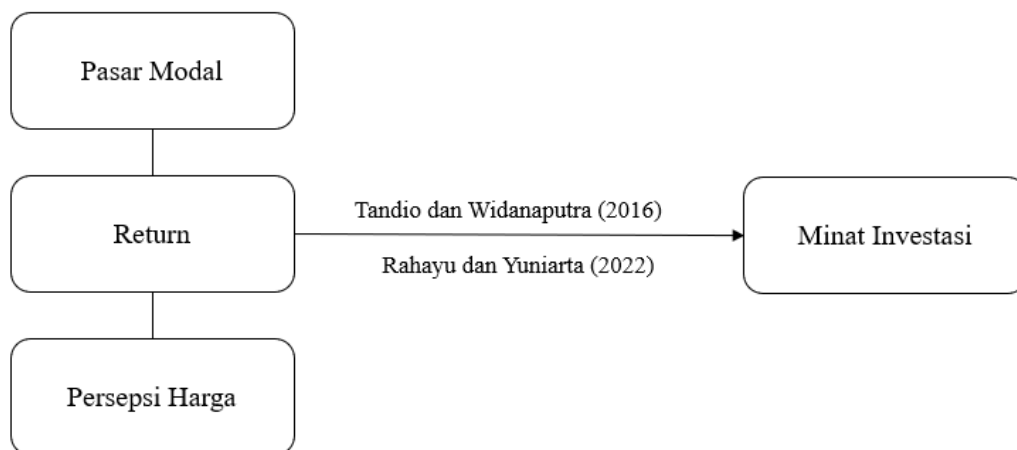
Menurut Rahayu dan Yuniarta (2022) menyatakan persepsi harga berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham di pasar modal syariah, hasil penelitian ini didukung oleh teori *Theory of Planned Behavior* yang menyebutkan bahwa seseorang bisa melakukan suatu tindakan tertentu sesuai dengan informasi yang mereka miliki.



Gambar 2.3
Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Investasi

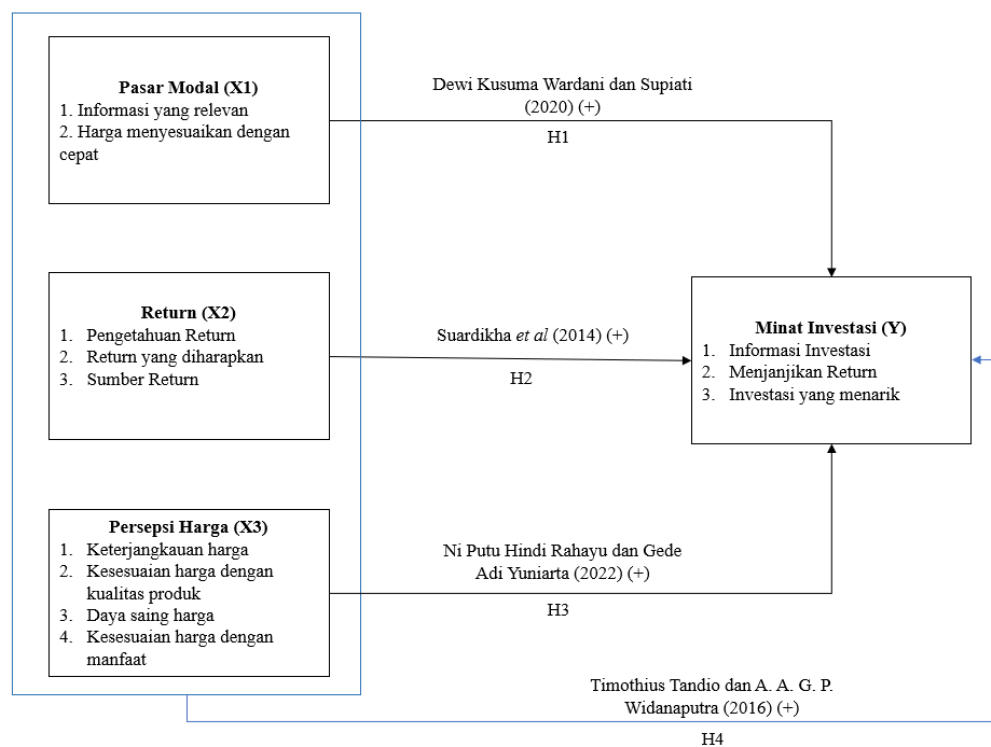
2.2.4 Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal, *Return* dan Persepsi Harga dengan Minat Investasi secara Simultan

Menurut Tandio dan Widanaputra (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar modal dan *return* hanya merupakan beberapa variabel bebas yang mempengaruhi variabel minat investasi mahasiswa (hanya 29,4%), hal tersebut berarti masih banyak variabel bebas lain yang bisa mempengaruhi minat investasi. Diikuti penelitian Rahayu dan Yuniarta (2022) dapat disimpulkan jika persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa.



Gambar 2.4
Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal, *Return* dan Persepsi Harga Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dapat digambarkan suatu bagan kerangka pemikiran mengenai Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal, *Return* dan Persepsi Harga Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.



Gambar 2.5
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Lolang (2014) hipotesis merupakan suatu pernyataan bahwa dugaan terhadap sesuatu adalah benar. Hipotesis adalah bagian terpenting dalam penelitian yang harus terjawab sebagai kesimpulan penelitian itu sendiri. Hipotesis bersifat dugaan, karena itu peneliti harus mengumpulkan data yang cukup untuk membuktikan bahwa dugaannya benar. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

- H1: Diduga Pengetahuan Pasar Modal berpengaruh terhadap Minat Investasi secara parsial.
- H2: Diduga *Return* berpengaruh terhadap Minat Investasi secara parsial.
- H3: Diduga Persepsi Harga berpengaruh terhadap Minat Investasi secara parsial.
- H4: Diduga Pengetahuan Pasar Modal, *Return* dan Persepsi Harga berpengaruh secara simultan terhadap Minat Investasi.