

**PENGARUH PENGETAHUAN, PRESEPSI RESIKO DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL BERINVESTASI DI SECURITIES
CROWDFUNDING SYARIAH
(Studi Kasus di Kota Semarang)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S1)
Dalam Ilmu Ekonomi Islam**



Oleh :

KIKI ZAENUL FIKRI

NIM: 1905026148

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdr. Kiki Zaenul Fikri

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Kiki Zaenul Fikri
NIM : 1905026148
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan, Presepsi Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi Di Securities Crowdfunding Syariah (Studi Kasus di Kota Semarang)**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 30 Mei 2023

Pembimbing I

Pembimbing II


Rahman El-Junusi, S.E., M.M

NIP.196911182000031003


Nasrul Fahmi Zaki Fuadi Lc., M.Si.

NIP.198607182019031007

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus III Ngaliyan Semarang 50185 Telp./Fax. : (024) 7601291
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Kiki Zaenul Fikri
NIM : 1905026148
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi di Securities Crowdfunding Syariah (Studi Kasus di Kota Semarang).**

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal : **20 Juni 2023**

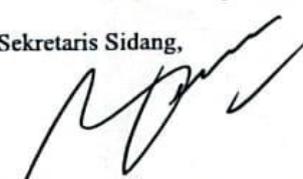
Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 27 Juni 2023

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

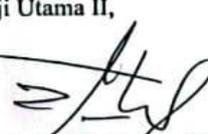

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi Lc., M.Si.
NIP.198607182019031007


Rahman El-Junusi, S.E., M.M
NIP.196911182000031003

Penguji Utama I,

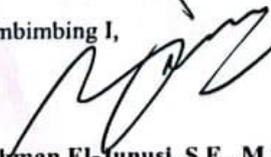
Penguji Utama II,

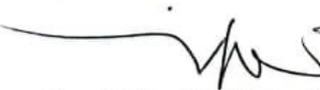

Dr. H. Khoiril Anwar, M.Ag.
NIP. 196904201996031002


Prof. Dr. H. Mujiono, MA.
NIP. 195902151985031005

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Rahman El-Junusi, S.E., M.M
NIP.196911182000031003


Nasrul Fahmi Zaki Fuadi Lc., M.Si.
NIP.198607182019031007



MOTTO

الإِسْتِمَارَةُ الطَّيِّبَةُ كَالشَّجَرَةِ الطَّيِّبَةِ مُثْبِتَةٌ وَمُضِلَّةٌ وَمُثْمِرَةٌ

"Good investment like good tree Strong, shady and dense"

"Investasi yang baik bagaikan pohon yang baik Kuat, rindang dan lebat"

(Prof. Dr. H. Mujiyono Abdillah, M.A)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur hanya bagi Allah SWT. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW yang syafaatnya selalu diharapkan. Dengan rasa Bahagia saya persembahkan ini kepada:

Orang tua tercinta, Bapak Sahroni dan Ibu Muflikah. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan doa yang tak pernah henti mengalir sepanjang perjalanan hidup ini. Tanpa kehadiran kalian, skripsi ini tidak akan menjadi kenyataan. Semua jerih payah dan pengorbanan kalian menjadi sumber inspirasi utama penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga persembahan ini menjadi bukti cinta dan penghormatan penulis kepada kalian berdua. Bapakku, Sahroni. Kepadanya aku sangat berterimakasih telah memberiku pengalaman hidup yang tak banyak didapatkan oleh kebanyakan orang. Denganmu aku belajar menjadi seseorang yang kuat dan ikhlas.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada “Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang dikeluarkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tahun 1987. Berikut ini adalah pedoman transliterasi:

a. Kata Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain’	...‘	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

b. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri atas vokal tunggal dan rangkap.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
اِو...	Kasrah dan wau	Au	a dan i I

c. Vokal Panjang (*Maddah*)

Vokal panjang atau *Maddah* lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ا...ي	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
ي...ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
و...و	Dhammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

d. Ta Marbuṭah

Transliterasinya menggunakan:

1. Ta Marbuṭah hidup, transliterasinya adalah *t*.

Contoh: الرُّوضَةُ الْأَطْفَالُ dibaca raudatul atfāl

2. Ta Marbuṭah mati, transliterasinya adalah *h*.

Contoh: الرُّوضَةُ الْأَطْفَالُ dibaca arraudhah

3. Ta Marbuṭah yang diikuti kata sandang *al*

المَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ dibaca al-Madīnah al-Munawwarah/alMadīnatul Munawwarah

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama atau huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: نَزَّلَ dibaca nazzala

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال namun dalam transliterasinya ini kata sandang dibedakan menjadi:

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah, yaitu kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah di transliterasikan sesuai dengan bunyinya.

Contoh: السِّيفَاءُ dibaca asy-syifā

2. Kata sandang diikuti huruf qamariah, yaitu kata sandang yang di transliterasikan di depan dan sesuai pula bunyinya.

Contoh: الْقَلَمُ dibaca al-qalamu

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak di lambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: تَأْخُذُونَ dibaca ta' khuḏūna

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya penulisan kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya di rangkakan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkakan juga dengan kata yang lain yang mengikutinya.

Contoh: إِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّزِقِينَ dibaca innallāha lahuwa khairurrāziqīn

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Skripsi ini tidak berisi pikiran- pikiran orang lain, kecuali yang terdapat dalam referensi yang di jadikan bahan rujukan.

Semarang, 9 Juni 2023

Deklarator



Kiki Zaenul Fikri

NIM. 1905026148

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat investasi generasi milenial berinvestasi di platform securities crowdfunding syariah. Metode kuantitatif digunakan dengan menerapkan analisis regresi linear berganda. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang merupakan masyarakat kota Semarang yang pernah melakukan investasi, dipilih menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dari pengetahuan terhadap minat berinvestasi, dengan nilai t hitung sebesar $2,004 >$ nilai t tabel $1,984$, signifikansi $0,048 < 0,05$, dan koefisien regresi positif sebesar $0,162$; (2) Persepsi risiko juga memiliki pengaruh positif terhadap minat berinvestasi, dengan nilai t hitung sebesar $2,422 >$ nilai t tabel $1,984$, signifikansi $0,017 < 0,05$, dan koefisien regresi positif sebesar $0,151$; (3) Kepercayaan juga berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi, dengan nilai t hitung sebesar $5,223 >$ nilai t tabel $1,984$, signifikansi $0,000 < 0,05$, dan koefisien regresi positif sebesar $0,318$; (4) Secara bersama-sama, pengetahuan, persepsi risiko, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi, dengan bukti dari nilai F hitung sebesar $64,938$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Pengetahuan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Minat Investasi, Securities Crowdfunding Syariah.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of knowledge, risk perception, and trust on the investment interest of millennial generation in investing in Shariah-based securities crowdfunding platforms. A quantitative method was used by applying multiple linear regression analysis. The research sample consisted of 100 respondents who were residents of Semarang city and had previously invested. The respondents were selected using non-probability sampling method with purposive sampling technique.

The results of the research indicate that: (1) There is a positive influence of knowledge on investment interest, with a calculated t-value of 2.004 > the tabulated t-value of 1.984, significance of 0.048 < 0.05, and a positive regression coefficient of 0.162; (2) Risk perception also has a positive influence on investment interest, with a calculated t-value of 2.422 > the tabulated t-value of 1.984, significance of 0.017 < 0.05, and a positive regression coefficient of 0.151; (3) Trust also has a positive influence on investment interest, with a calculated t-value of 5.223 > the tabulated t-value of 1.984, significance of 0.000 < 0.05, and a positive regression coefficient of 0.318; (4) Collectively, knowledge, risk perception, and trust have a positive influence on investment interest, supported by the calculated F-value of 64.938 and a significance level of 0.000 < 0.05.

Keywords: Knowledge, Risk Perception, Trust, Investment Interest, Shariah-based Securities Crowdfunding.

KATA PENGANTAR

Bismilahirrahmanirahim Alhamdulillah Wasyukurilallah, senantiasa penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada semua hamba-Nya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan Iman dan Islam. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk seluruh alam.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebagai penghargaan atas peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Kepala Jurusan Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
4. Nurudin S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
5. Rahman El-Junusi S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan dan membimbing penulis selama menempuh studi serta dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Nazrul Fahmi Zaki Fuadi, Lc., M.Si Pembimbing II yang telah banyak membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Dr. H. Dur Fatoni, M. Ag selaku wali dosen yang telah banyak membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis dan senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi selama penulis melaksanakan kuliah sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang membantu dalam pembuatan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga semua amal baik mereka dicatat sebagai amalan yang baik oleh Allah SWT. Mohon maaf apabila dalam penulisan masih banyak kekurangan dan kesalahan yang penulis

perbuat. Kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk memperbaiki kesalahan yang telah penulis perbuat. Semoga kritik dan saran yang penulis terima dapat memperbaiki karya tulis yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi pihak-pihak tertentu yang membutuhkan penelitian ini.

Semarang, 9 Juni 2023

Penulis

Kiki Zaenul Fikri

NIM. 1905026148

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	2
PENGESAHAN	3
MOTTO.....	4
PERSEMBAHAN	5
PEDOMAN TRANSLITERASI	6
DEKLARASI	10
ABSTRAK	11
ABSTRACT	12
KATA PENGANTAR.....	13
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kerangka Teori	9
2.1.1 Crowdfunding.....	9
2.1.2 Securities Crowdfunding Syariah (SCF).....	10
2.1.3 Generasi Milenial	17
2.1.4 Minat Investasi	19
2.1.5 Teori Investasi	20
2.1.6 Pengetahuan	22
2.1.7 Persepsi Risiko	23
2.1.8 Kepercayaan	24
2.2 Tinjauan Pustaka.....	26
2.3 Kerangka Berpikir	35
2.4 Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Metode Penelitian	37

3.2	Jenis dan Sumber Data	37
3.3	Populasi dan Sampel.....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	38
3.5	Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	39
3.5.1	Definisi Variabel	39
3.5.2	Pengukuran Variabel	39
3.6	Teknik Analisis Data	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7	Uji Asumsi Klasik	43
3.7.1	Uji Normalitas	43
3.7.2	Uji Multikolinearitas	43
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	44
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.9	Uji Hipotesis	45
3.9.1	Uji Koefisien Determinasi.....	45
3.9.2	Uji Parsial (Uji t).....	45
3.9.3	Uji Simultan (Uji F)	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Deskripsi Responden	47
4.2	Gambaran Umum Responden.....	47
4.3	Analisis Deskriptif.....	52
4.4	Analisis Data.....	56
4.4.1	Uji Validitas	56
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	58
4.5	Hasil Pengujian Asumsi Klasik	59
4.5.1	Uji Normalitas Data	59
4.5.2	Uji Multikolinieritas	60
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	61
4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	62
4.6.1	Analisi Regresi Linier Berganda	62
4.6.2	Koefisien Determinan (R ²)	64
4.6.3	Uji Simultan (Uji F)	65
4.6.4	Uji Parsial (Uji t).....	66
4.7	Pembahasan	67
4.7.1	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Investasi	67

4.7.2	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi.....	68
4.7.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Investasi	69
BAB V PENUTUP.....		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Instrumen Investasi.....	17
Tabel 2. 2 Generasi Milenial menurut peneliti.....	18
Tabel 3.1 Table pengukuran.....	40
Tabel 4.1 Rekapitulasi kuisioner	47
Tabel 4. 2 Crosstab Jenis Kelamin dan Usia.....	50
Tabel 4.3 Crosstab Jenis Kelamin dan Pekerjaan	50
Tabel 4. 4 Crosstab Jenis Kelamin dan Penghasilan.....	51
Tabel 4.5 Crosstab Usia dan Penghasilan	51
Tabel 4.6 Crosstab Usia dan Pekerjaan	52
Tabel 4.7 Crosstab Pekerjaan dan Penghasilan	52
Tabel 4.8 Statistic deskriptif.....	53
Tabel 4. 9 Hasil perbandingan uji rata-rata	54
Tabel 4.10 Hasil uji validitas variabel pengetahuan	56
Tabel 4.11 Hasil uji validitas variabel persepsi resiko.....	57
Tabel 4.12 Hasil uji validitas variabel Kepercayaan.....	57
Tabel 4.13 Hasil uji validitas variabel Minat investasi	58
Tabel 4.14 Hasil uji Realibilitas	58
Tabel 4.15 Uji Normalitas	59
Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4.18 Uji F	65
Tabel 4.19 Uji t.....	66

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 2.1	Skema Akad Syirkah Musahamah.....	13
Gambar 2.2	Skema Akad Sukuk Musyarakah.....	13
Gambar 2.3	Skema Sukuk Mudharabah.....	14
Gambar 2.4	Mekanisme Securities Crowdfunding syariah.....	15
Gambar 2. 5	Kerangka Berfikir	35
Gambar 4.1	Uji normalitas	60
Gambar 4.2	Grafik scatterplot	62
Grafik 1.1	Persentase Pengguna Tekfin berdasarkan generasi	4
Grafik 1.2	Persentase pilihan investasi generasi milenial.....	5
Grafik 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Grafik 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Grafik 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Grafik 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	49

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 2 JAWABAN KUISONER	12
LAMPIRAN 3 DESKRIPSI RESPONDEN	16
LAMPIRAN 4 CROSTABULATION	17
LAMPIRAN 5 KOMPARASI RATA-RATA	18
LAMPIRAN 6 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	20
LAMPIRAN 7 UJI ASUMSI KLASIK	25
LAMPIRAN 8 DESKRIPSI RESPONDEN HASIL PENGUJIAN	27
LAMPIRAN 9 BUKTI PENYEBARAN KUISONER.....	29

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat dunia teknologi dan ekonomi digital telah memberikan dampak signifikan pada generasi milenial. Generasi ini tumbuh dan hidup dalam era digital di mana teknologi dan internet memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari mereka. Kemajuan ekonomi digital juga membawa perubahan dalam cara masyarakat berinteraksi dengan layanan keuangan dan berinvestasi (Chairunisa 2018). Generasi milenial menjadi salah satu kelompok yang aktif menggunakan layanan keuangan digital. Mereka memiliki keterampilan teknologi yang kuat dan cenderung lebih terbuka terhadap inovasi digital. Hal ini tercermin meningkatnya penggunaan layanan keuangan digital. Tercatat Ekonomi digital memberikan 15,5% PDB global, dan diproyeksikan akan mencapai \$23 triliun pada tahun 2025, setara dengan 24,3% dari total PDB global (Kemenkeu 2022).

Ekonomi digital di Indonesia memiliki potensi yang besar. Tercatat Pada tahun 2021 nilai ekonomi digital Indonesia mencapai \$70 miliar, meningkat dari tahun 2020 sebesar 48,9% (tahunan) senilai US \$47 miliar atau 6% terhadap PDB Indonesia, angka ini diperkirakan akan tumbuh hingga \$124 miliar pada tahun 2025 dan menyumbang 40 % dari nilai ekonomi digital ASEAN (Google, Temasek and Company 2022). Hal ini didukung oleh dominasi penduduk rentang usia produktif dan bertumbuhnya tingkat penetrasi internet di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2022 penduduk Indonesia usia produktif didominasi oleh generasi milenial sebesar 69,38 juta atau 25,87% dan Generasi X sebesar 58,65 juta atau 21,88%. Saat ini Indonesia sedang memasuki masa bonus demografi terbaik karena melimpahnya penduduk usia produktif (Badan Pusat Statistik 2022). Selanjutnya, tingkat Penetrasi Internet di Indonesia sebesar 77,2% atau 210.026.769 orang dari total jumlah penduduk 272.682.600 penduduk Indonesia terkoneksi internet, yang didorong oleh pesatnya perkembangan ponsel, sekitar 89,3 % responden mengakses internet melalui ponsel (APJII 2022). Hal ini menyebabkan generasi milenial di Indonesia memiliki akses internet yang luas, didorong oleh perkembangan ponsel yang pesat. Ketersediaan akses internet dan penggunaan ponsel yang tinggi memungkinkan generasi milenial untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi digital.

Berbagai inovasi layanan dan aplikasi digital yang berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari terutama investasi digital di kembangkan, dengan menawarkan pilihan baru dan fitur-fitur menarik untuk menarik minat investor. Tercatat lebih dari 25% startup tekfin baru di kawasan Asia Tenggara berasal dari Indonesia (AFTECH 2021). Setidaknya ada 77 portal transaksi online yang disediakan puluhan pelaku industri keuangan baik *e-commerce*, bank, ataupun sekuritas (OJK

2022b). Kemudahan penggunaan merupakan salah satu alasan mengapa masyarakat menggunakan tekfin dalam bertransaksi terutama dalam dunia investasi, dengan menawarkan efektivitas dan efisiensi transaksi yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, Tekfin membantu memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman, dan modern, seperti sistem saluran pembayaran, perbankan digital, hingga asuransi (Aliyudin 2020; Sakti et al. 2016).

Salah satu inovasi teknologi finansial dipasar modal ditujukan oleh perusahaan Securities crowdfunding yang hadir untuk mengurangi tingkat kesenjangan dalam hal akses keuangan baik pembiayaan konvensional melalui bank konvensional atau lembaga keuangan lainnya (Shalihah et al. 2022). Menurut Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) pada tahun 2020 terdapat sekitar 77,6 % atau 46,6 juta dari total 64 juta UMKM di Indonesia tidak memiliki akses permodalan (Limanseto 2022). Securities crowdfunding dapat menjadi alternatif pendanaan yang potensial untuk UMKM, mengingat tingginya kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia. Tercatat data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta UMKM yang berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,5% atau senilai Rp 8.573,89 triliun. Selanjutnya UMKM juga dapat menyerap 97 % dari total tenaga kerja nasional, dengan 60,4% dari total investasi. Selain itu, Securities crowdfunding juga dapat menjadi instrumen investasi yang menarik bagi investor (Kemenkopukm 2022).

Securities crowdfunding dilakukan secara kolektif oleh sekelompok investor individu atau institusi melalui platform crowdfunding yang di kelola oleh penyelenggara Securities crowdfunding. Konsep urun dana atau crowdfunding bukanlah sesuatu yang baru, masyarakat Indonesia sudah sering melakukannya dalam kehidupan sehari-hari. Istilah crowdfunding mengacu pada proses penggalangan dana atau usaha patungan yang menggunakan teknologi digital (POJK. No 57 2020). Pada umumnya beberapa orang atau sekelompok orang membentuk usaha bersama (kemitraan) dengan mengumpulkan uang untuk tujuan tertentu seperti, tujuan sosial (sumbangan/donasi) dan tujuan bisnis usaha patungan (KNEKS 2022c). Investasi berbasis digital seperti securities crowdfunding memudahkan investor memilih, menilai dan berinvestasi langsung untuk mendanai UMKM yang ditawarkan secara online di website atau aplikasi penyelenggara securities crowdfunding (KNEKS 2022a).

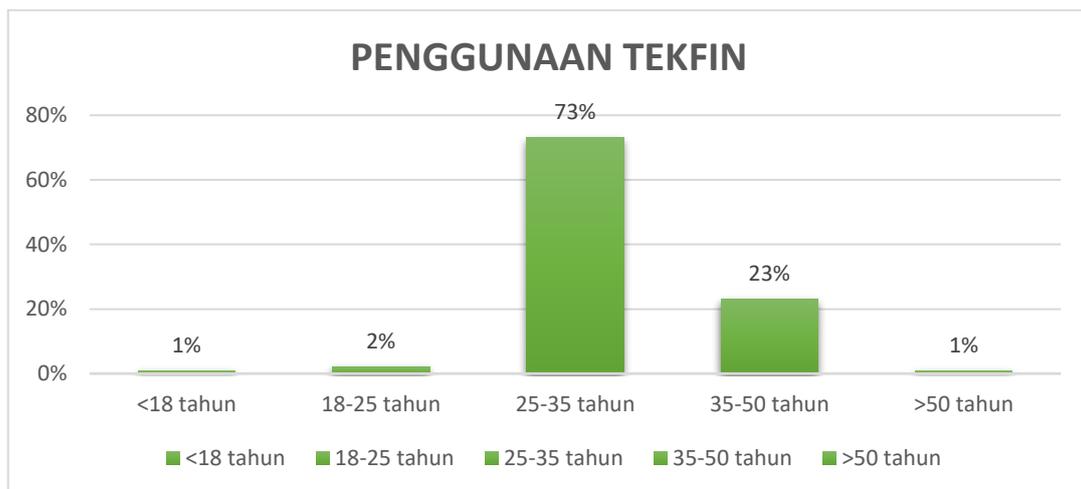
Selain pendanaan konvensional, securities crowdfunding juga menggunakan sistem pendanaan syariah yang menggunakan prinsip dan akad berbasis syariah. Securities crowdfunding Syariah ini mengadopsi skema perdagangan efek syariah seperti Bursa Efek Indonesia (BEI), yang disesuaikan dengan prinsip syariah (DSN MUI No.140/DSN-MUI/VIII 2021). Adanya tambahan instrumen investasi syariah di Indonesia ini diharapkan dapat menjadi pilihan investasi selain investasi konvensional yang ada, dan meningkatkan kontribusi industri keuangan Islam. Serta

membuka peluang investasi Syariah dapat bersaing dan berkembang (KNEKS 2022c). Investor yang ingin berinvestasi melalui Securities crowdfunding syariah dapat memilih surat kepemilikan usaha (saham) atau surat kepemilikan bersama (sukuk). Kemudian investor akan mendapatkan return berupa dividen atau bagi hasil perusahaan yang di distribusikan secara bersama-sama dan berkala oleh penyelenggara securities crowdfunding (Prahastoro, Dharta, and Kusumaningrum 2021).

Potensi securities crowdfunding syariah di Indonesia sangat besar, melihat Indonesia merupakan negara islam terbesar di dunia dengan mayoritas penduduknya pemeluk agama islam. Tercatat penduduk Indonesia yang memeluk agama Islam sebanyak 241,7 juta atau 87,02% dari populasi (Kemendagri 2022). Hal ini harus dimanfaatkan penyelenggara securities crowdfunding syariah dengan menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar securities crowdfunding syariah yang potensial. Apalagi Saat ini, antusias masyarakat dalam berinvestasi terus meningkat dan banyak generasi milenial yang mulai berinvestasi pada aplikasi investasi daring, karena mudah digunakan, terjangkau dan menghemat waktu (Naldi and Muljaningsih 2022). Tercatat data dari Laporan Pusat Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mayoritas investor ritel di dominasi oleh usia di bawah 30 tahun dan 30-40 tahun sebesar 81,74% (KSEI 2022).

Secara umum, Securities crowdfunding syariah (SCF) memudahkan investor dan pelaku usaha atau emiten dapat terhubung dengan mudah dan cepat melalui platform teknologi finansial secara daring atau sistem aplikasi keuangan berbasis teknologi informasi (Sakti et al. 2016). Hal ini tentunya sesuai dengan karakteristik generasi milenial yang lebih mudah beradaptasi dengan teknologi lebih, terlihat dari banyaknya penggunaan smartphone dan aktivitas sehari-hari yang dilakukan secara daring (W et al. 2020).

Grafik 1.1 Persentase Pengguna Tekfin berdasarkan generasi



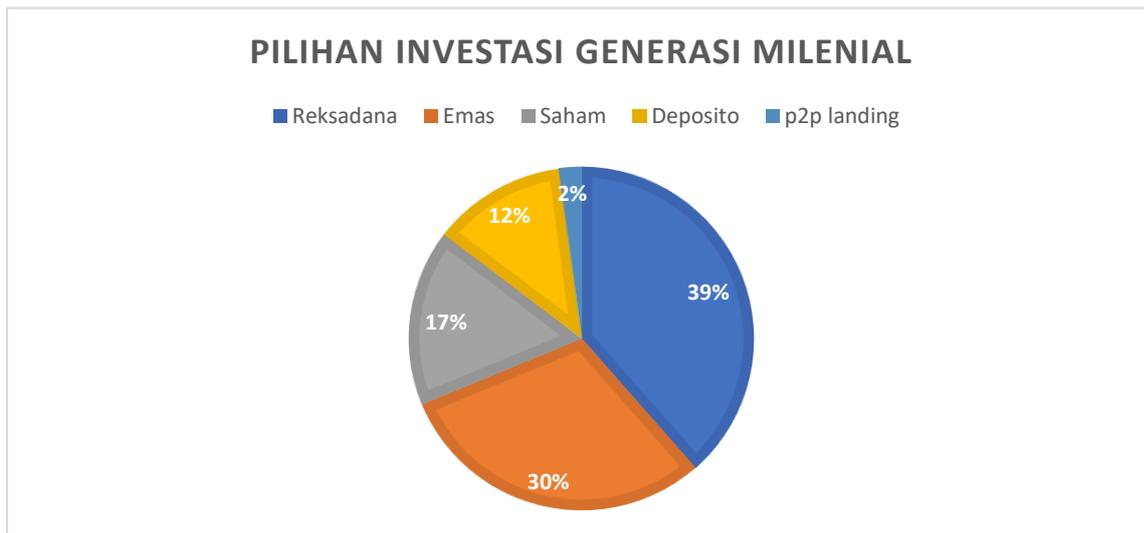
Sumber : AFTECH, 2022

Menurut Survei Anggota Tahunan 2021 AFTECH menunjukkan bahwa pengguna tekfin di dominasi oleh generasi rentang usia 25-35 tahun sebesar 73%, usia 35-50 tahun sebesar 23%, usia 18-25 sebesar 2%, dan usia kurang dari 18 serta usia lebih dari 50 tahun masing-masing sebesar 1% (AFTECH 2021). Adopsi Layanan keuangan digital juga sudah mengubah industri jasa keuangan di Indonesia dan membantu meningkatkan Inklusi keuangan di Indonesia. Pada tahun 2022 Inklusi keuangan di Indonesia meningkat sebesar 85,10 % dibandingkan tahun 2021 sebesar 83,6 % (OJK 2022a).

Secara tahunan, securities Crowdfunding terus mengalami pertumbuhan positif. Tercatat dana yang berhasil di himpun Securities Crowdfunding (SCF) dari 11 penyelenggara Securities Crowdfunding yang telah mengantongi izin dari OJK hampir Rp 600 miliar hingga pertengahan 2022, dibandingkan sepanjang tahun 2021 sebesar Rp 412 miliar, dengan total penerbit 302 UMKM. Dari jumlah tersebut, sebanyak 238 penerbitan saham UMKM bersifat konvensional, 4 penerbitan saham UMKM berbasis syariah, 3 obligasi UMKM, dan 57 sukuk UMKM. terbagi 238 penerbitan saham UMKM konvensional, 4 penerbitan saham UMKM berbasis syariah, 3 obligasi UMKM, dan 57 sukuk UMKM. Hal ini sejalan dengan meningkatnya jumlah investor yang mencapai lebih dari 618.000 investor, naik 20% sepanjang tahun berjalan (year-to-date/ytd) dibanding akhir 2021 sebanyak lebih dari 513.000 investor (Otoritas Jasa Keuangan 2022).

Meskipun pengguna tekfin dan mayoritas investor di pasar modal di dominasi oleh kalangan generasi milenial. Namun, kepemilikan jenis investasi seperti securities crowdfunding dan P2P (peer to peer) lending masih kurang diminati oleh kalangan milenial. Menurut survey IDN reserch dan jakpad investment tren 2022 menunjukkan bahwa mayoritas generasi milenial lebih memilih produk investasi konvensional seperti emas, properti, dan saham (Idn Research Institute 2022; Jakpat Survey Report 2022).

Grafik 1.2 Persentase pilihan investasi generasi milenial



Sumber : (Populix 2021)

Pilhan investasi mayoritas generasi milenial reksa dana 39%, emas 30%, saham 17% dan p2p landing 2%. Securities crowdfunding belum sepopuler investasi lain seperti emas atau saham karena generasi milenial memiliki persepsi yang berbeda tentang investasi (Populix 2021).

Securities crowdfunding syariah merupakan bentuk investasi yang melibatkan banyak orang untuk membiayai proyek atau bisnis melalui internet. Pengetahuan tentang investasi khususnya melalui securities crowdfunding dapat memicu minat untuk berinvestasi, karena pengetahuan yang lebih memadai akan meningkatkan kepercayaan diri melakukan investasi. Semakin besar pengetahuan investor terhadap investasi semakin meningkat minat untuk berinvestasi dan sebaliknya (Chairunisa 2018). Dalam konteks ini, persepsi risiko juga menjadi aspek yang penting karena setiap jenis investasi memiliki tingkat risiko yang berbeda-beda. Oleh karena itu, individu perlu memahami risiko-risiko yang terkait dengan investasi sebelum mereka memutuskan untuk mengalokasikan dana mereka. Persepsi risiko yang akurat dapat membantu individu untuk memprediksi potensi kerugian atau keuntungan dalam investasi mereka dan mengambil keputusan yang lebih informasi dan bijak. Namun, persepsi risiko yang lebih tinggi dapat memunculkan ketakutan yang tinggi atau sikap yang konservatif, yang mungkin mengurangi minat individu

untuk berinvestasi. Sebaliknya, individu yang memiliki sikap yang lebih optimis dan percaya diri cenderung memiliki persepsi risiko yang lebih rendah dan lebih cenderung untuk mengambil risiko dalam investasi (Naldi and Muljaningsih 2022). Oleh karena itu, persepsi risiko memiliki peran penting dalam membentuk minat individu terhadap investasi.

Selain itu, kepercayaan juga merupakan faktor kunci dalam banyak studi yang berkaitan dengan penerapan teknologi baru, termasuk dalam konteks securities crowdfunding. Kepercayaan menjadi dasar penting dalam menarik pengguna untuk mengadopsi aplikasi fintech dan berinvestasi melalui platform securities crowdfunding. Investor akan merasa percaya untuk berinvestasi melalui platform tersebut jika mereka memiliki kepercayaan terhadap platform tersebut dan pemilik bisnis yang terlibat. Kepercayaan ini dapat ditentukan oleh persepsi investor terhadap kemampuan platform dalam memberikan pengembalian yang diharapkan, preferensi investor terhadap kejujuran dan integritas platform serta pemilik usaha (Chairunisa 2018).

Securities crowdfunding syariah menawarkan potensi pengembalian yang lebih tinggi daripada menabung di bank. Namun, seperti instrumen investasi lainnya, berinvestasi melalui securities crowdfunding juga melibatkan risiko. Investor tidak dapat menghindari risiko sepenuhnya, tetapi mereka dapat mengurangi risiko dengan perencanaan dan pemahaman yang memadai. Pemahaman tentang risiko investasi dapat membantu investor dalam meminimalkan potensi kerugian yang dapat timbul dari keputusan investasi yang diambil.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai topik PENGARUH PENGETAHUAN, PRESEPSI RESIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN SECURITIES CROWDFUNDING SYARIAH. Hal ini di dasari dari masih kurangnya minat generasi milenial terhadap instrument investasi baru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, timbul beberapa pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam studi ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan generasi milenial terhadap minat berinvestasi melalui securities *crowdfunding* syariah?
2. Bagaimana pengaruh presepsi resiko generasi milenial terhadap minat berinvestasi melalui securities *crowdfunding* syariah?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan generasi milenial terhadap minat berinvestasi melalui securities *crowdfunding* syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh pengetahuan generasi milenial terhadap minat berinvestasi melalui securities *crowdfunding* syariah?
2. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh persepsi resiko generasi milenial terhadap minat berinvestasi melalui securities *crowdfunding* syariah?
3. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh kepercayaan generasi milenial terhadap minat berinvestasi melalui securities *crowdfunding* syariah?

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini akan memberikan pengenalan singkat tentang securites *crowdfunding* syariah, termasuk berbagai faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial berinvestasi pada platform securities *crowdfunding* syariah. Bagi peneliti, semoga penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang meneliti platform urun dana berbasis syariah sebagai instrument investasi dan sumber pendanaan pilihan bagi UMKM di Indonesia.
2. Dari segi praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:
 - a. Bagi platform securities *crowdfunding*, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pentingnya sosialisasi dan edukasi kepada investor dan calon investor mengenai alternatif metode pendanaan melalui platform *crowdfunding* online. Sehingga meningkatkan minat investor dan calon investor dalam menggunakan platform securities *crowdfunding* syariah.
 - b. Bagi Investor penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi dan menjadi pilihan instrument investasi yang menguntungkan
 - c. Bagi Pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi dan Menjadi pilihan bagi usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia mengakses pendanaan di luar perbankan. Konsep *crowdfunding* Syariah berbasis ekonomi Islam dengan tidak menerapkan *crowdfunding* berbasis utang. Harapanya dapat memberikan dukungan keuangan kepada pelaku usaha tanpa membebani UMKM secara finansal.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi skripsi dan mengikuti alur penelitian yang dilakukan oleh penulis. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab. Berikut adalah penjelasan singkat untuk setiap bab:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang permasalahan yang menjadi dasar penelitian serta garis besar penelitian yang akan dilakukan. Di dalam bab ini, penulis menjelaskan mengapa topik penelitian ini penting dan relevan.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis menjelaskan teori-teori atau literatur yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian. Bab ini mencakup penjelasan mengenai variabel-variabel yang akan diteliti, seperti pengetahuan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat generasi milenial berinvestasi menggunakan securities crowdfunding syariah.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, termasuk rumusan masalah, populasi, sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data. Penulis juga menjelaskan bahwa data penelitian akan dianalisis menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan software SPSS versi 22.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, penulis menyajikan hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini mencakup deskripsi objek penelitian, termasuk data deskriptif penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis data, uji hipotesis, serta pembahasan dan penilaian deskriptif responden terhadap masing-masing variabel.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir ini berisi penutup dari skripsi, di mana penulis menyampaikan saran-saran berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh. Penulis juga menyimpulkan temuan-temuan penting dari penelitian dan memberikan rekomendasi untuk pihak-pihak yang terkait.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Crowdfunding

Crowdfunding dalam bahasa Indonesia berarti layanan urun dana, yaitu layanan menawarkan partisipasi dana secara langsung kepada masyarakat melalui jaringan sistem elektronik terbuka (KBBI 2022). Istilah crowdfunding memiliki tiga karakteristik umum. Pertama, komunitas dan basis massa yang memungkinkan terbentuknya kelompok usaha, sumber daya dan ide. Kedua, tujuannya mengumpulkan dana untuk proyek. Ketiga, penggunaan teknologi untuk memungkinkan komunikasi dan perantara elektronik untuk melakukan tugas terkait setiap jenis pembiayaan. Oleh karena itu, istilah crowdfunding adalah fenomena yang luas dan beragam yang menggunakan teknologi internet untuk kelompok kolektif, kontribusi ide, sumber daya dan dana dan jaringan yang didedikasikan untuk saling mendukung proyek, usaha dan kegiatan individu, organisasi atau perusahaan (Ballell 2013).

Crowdfunding berasal dari konsep crowdsourcing, yang merupakan konsep individu yang lebih luas untuk mencapai tujuan dengan menerima dan memanfaatkan kontribusi kecil dari banyak pihak. Crowdfunding adalah penerapan dari konsep ini untuk pengumpulan dana yang biasanya berorientasi bisnis dalam rangka meningkatkan modal melalui platform internet online dengan kontribusi dari banyak pihak untuk membiayai proyek atau usaha tertentu dalam kurun waktu tertentu dan berusaha memenuhi tujuan pendanaan sebelum kampanye berakhir (Nordicity 2012; Wheat et al. 2013; Mollick 2014; Cumming, Johan, and Zhang 2019; Renault 2016). Hubungan sinergis antara investor dan penggalang dana ini sangat penting, peningkatan jumlah investor akan menyebabkan peningkatan jumlah penggalang dana, begitu pula sebaliknya. Platform crowdfunding membutuhkan kerumunan yang cukup besar untuk menarik investasi, dan proyek crowdfunding yang cukup, diposting untuk menarik jumlah investor yang memadai (Tomczak and Brem 2013).

Crowdfunding memiliki beberapa jenis yang dapat dibagi menjadi 4 jenis; yaitu crowdfunding berbasis saham, berbasis kredit, berbasis donasi, dan berbasis hadiah. Dua jenis pertama, yaitu crowdfunding berbasis saham dan berbasis kredit, umumnya digunakan untuk kegiatan bisnis dan memiliki fokus pada investasi. Sementara itu, dua jenis lainnya, yaitu crowdfunding berbasis donasi dan berbasis hadiah, bertujuan untuk membantu orang lain dalam berbagai cara. (Dunn, M. G., Murphy, P. E., & Skelly 2014).

- a) Crowdfunding berbasis ekuitas, di mana terjadi pengumpulan dana dengan melibatkan penerbitan saham melalui internet. Dalam jenis crowdfunding ini, investor memiliki kesempatan untuk membeli saham perusahaan dengan jumlah uang yang relatif kecil, dan sebagai imbalannya mereka akan mendapatkan klaim terhadap arus kas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut di masa depan.
- b) Crowdfunding berbasis kredit juga dikenal sebagai pinjaman peer-to-peer (P2P) dana yang disumbangkan oleh kreditur perorangan memberikan pinjaman secara langsung kepada pemohon tanpa melibatkan lembaga keuangan intermediasi seperti bank. Selain itu, tidak ada agunan yang diperlukan sebagai jaminan dalam proses pemberian pinjaman.
- c) Crowdfunding berbasis donasi ditujukan untuk mendukung amal, penelitian, kreatif dan proyek pribadi, di mana kontributor tidak mengharapkan keuntungan finansial atau non-finansial. Hadiahnya lebih bersifat emosional dan penerima manfaat tidak memiliki kewajiban apapun terhadap pendukung mereka.
- d) Crowdfunding berbasis hadiah dapat digunakan juga untuk memberikan pendanaan kepada startup, berkembang perusahaan yang ada atau membiayai materi iklan pribadi proyek. Dalam hal ini, penyandang dana menerima baik produk atau layanan nyata sebagai gantinya.

2.1.2 Securities Crowdfunding Syariah (SCF)

1. Pengertian Securities Crowdfunding

Sekurities dalam bahasa Indonesia merujuk pada surat berharga yang dapat berfungsi sebagai bukti utang atau bukti penyertaan modal. Dalam konteks ini, sekuritas dapat mencakup instrumen keuangan seperti saham dan obligasi. Istilah lain yang digunakan untuk menyebut sekuritas, yaitu "efek". Sekuritas dapat berbentuk sertifikat fisik atau catatan elektronik yang merepresentasikan kepemilikan atas instrumen keuangan. Sekurities adalah instrumen keuangan yang dapat di negosiasikan, yang mengacu pada fakta bahwa kepemilikan sahnya dapat dengan mudah dipindahkan dari satu pemilik ke pemilik lainnya melalui pengiriman atau pengesahan (International Monetary Fund 2009). Selanjutnya, Crowdfunding dalam bahasa Indonesia adalah layanan urun dan yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi secara langsung melalui jaringan terbuka pada platform elektronik dengan tujuan berupa kegiatan sosial atau komersial (Fahmi et al. 2020).

Securities crowdfunding syariah dapat didefinisikan sebagai penawaran efek oleh penerbit atau emiten melalui layanan crowdfunding yang didasarkan pada prinsip syariah. Penawaran ini dilakukan melalui platform atau jaringan sistem elektronik yang terbuka, yang

memungkinkan pemodal untuk berpartisipasi secara langsung (DSN MUI NO.140/DSN-MUI/VIII, 2021; KNEKS, 2022b). Securities crowdfunding syariah dalam melakukan kegiatan penggalangan dana dari pemodal menggunakan skema usaha patungan (crowdfunding) oleh pelaku usaha yang membutuhkan pendanaan dalam rangka mengembangkan usahanya untuk memperoleh keuntungan yang lebih baik. Investor kemudian dapat membeli efek perusahaan dari suatu proyek yang diterbitkan oleh pelaku usaha dan akan menerima keuntungan (*return*) berupa keuntungan usaha dengan persentase tertentu yang akan dibagikan dalam jangka waktu tertentu (KNEKS 2022a; Suryanto 2021). Terdapat dua instrumen investasi di SCF syariah, yaitu saham syariah dan sukuk. Saham syariah adalah surat berharga dengan prinsip syariah yang menjadi tanda penyertaan berbagi modal atau partisipasi dalam perusahaan. Selanjutnya, sukuk adalah surat berharga syariah berupa sertifikat atau bukti kepemilikan yang nilainya sama dan bagian yang tidak dapat dipisahkan atau tidak dapat dibagi (*syuyu'*) atas yang mendasarinya (KNEKS 2022b).

Penetapan peraturan Layanan urun dana di Indonesia (Equity Crowdfunding) pertama kali di tetapkan pada POJK 37/POJK.04/2018 yang mengatur mengenai Penawaran Saham (efek bersifat ekuitas). Kemudian diperluas pada POJK No. 57/POJK.04/2020 penawaran efek tidak hanya terbatas pada efek bersifat ekuitas (saham), tetapi juga mencakup efek bersifat utang dan sukuk. Oleh karena itu, istilah yang digunakan pada POJK terbaru adalah Securities Crowdfunding (POJK. No 57 2020). Selanjutnya peraturan securities crowdfunding syariah tertuang dalam DSN MUI No.140/DSN-MUI/VIII, 2021 tentang penawaran efek syariah melalui layanan urun dana berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariaiah (DSN MUI No.140/DSN-MUI/VIII 2021).

2. Ketentuan Umum Securities Crowdfunding Syariah

Konsep dasar securities crowdfunding syariah yaitu prinsip tolong-menolong dan membantu sesama dalam kebaikan. Hal ini seperti anjuran Syariat Islam kepada umatnya untuk selalu menjunjung tinggi prinsip gotong royong. Dasar hukum securities crowdfunding syariah dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 2;

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya :Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya (Q.S. Al-Maidah [5] ayat 2).

Securities crowdfunding syariah merupakan bentuk investasi yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Konsep dasarnya adalah memungkinkan individu atau kelompok untuk saling membantu dan berpartisipasi dalam kegiatan investasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip

syariah. Dalam konteks ini, ayat tersebut mengingatkan bahwa dalam melakukan kebajikan, seperti berinvestasi dengan cara yang halal dan sesuai dengan ajaran agama, umat Muslim diharapkan untuk saling tolong-menolong dan bekerja sama.

Dalam kaidah fiqh disebutkan:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya : Prinsip dasar muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Dengan mengacu pada prinsip dasar fiqh bahwa muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Securities crowdfunding syariah harus terkait dengan kepatuhan syariah dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah yang tertuang dalam fatwa DSN MUI No.140/DSN-MUI/VIII, 2021. Dalam hal ini, layanan urun dana tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah, yaitu antara lain terhindar dari riba, gharar, maysir, tadelis, dharar, haram, zhulm dan maksiat. Selain itu penyelenggara securities crowdfunding syariah juga harus diawasi oleh dewan pengawas syariah (DPS) yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan (DSN MUI No.140/DSN-MUI/VIII 2021).

Pedoman syariah menjadi panduan utama bagi Dewan Syariah Nasional (DSN) dalam merumuskan fatwa terkait aktivitas keuangan yang berbasis syariah di sektor keuangan syariah. Pedoman syariah juga menjadi pertimbangan bagi Dewan Pengawas Syariah dalam mengawasi industri keuangan syariah, baik itu perbankan (IKBS) maupun lembaga keuangan non-bank (IKNB). Industri keuangan syariah juga perlu memahami bahwa tujuan pembiayaan syariah bukan hanya untuk mencari keuntungan, tapi juga memiliki tujuan untuk mempromosikan keadilan sosial dan mempromosikan instrumen keuangan Islam seperti *zakat*, *infâq*, *shadaqah* (Agriyanto et al. 2022). Sebab, setiap industri keuangan syariah, baik perbankan atau lainnya, pasti memiliki dewan pengawas syariah. Maka sektor keuangan perbankan dan non-perbankan terikat oleh adanya aturan syariah, selanjutnya ini yang disebut disebut kepatuhan syariah.

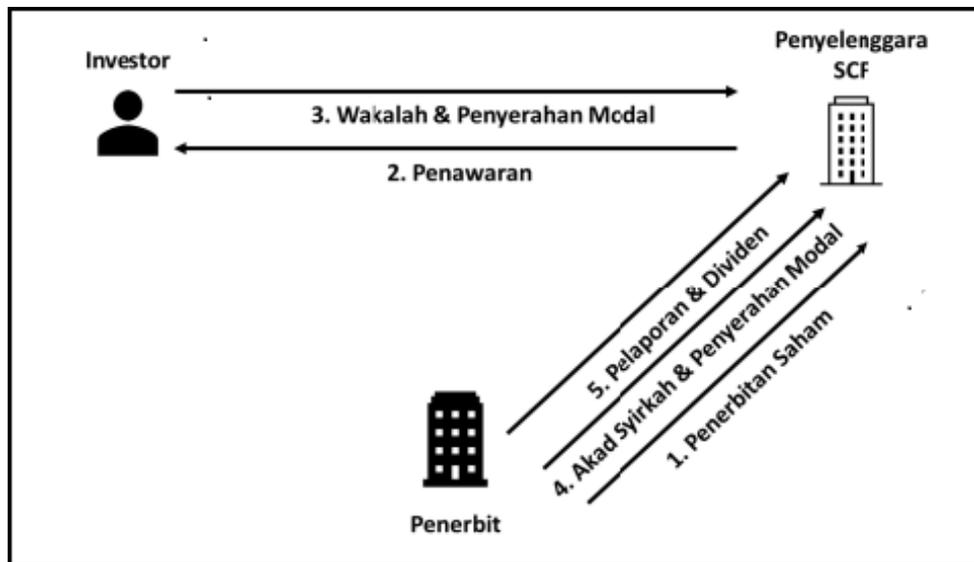
3. Akad yang digunakan dalam securities crowdfunding syariah

1) Saham syariah

Akad yang digunakan untuk menerbitkan saham adalah Syirkah musahamah yang dapat didefinisikan sebagai akad syirkah 'inan dimana penyertaan para mitra atau penanam modal didasarkan atas modal disetor yang dinyatakan dalam bentuk saham dengan kewajiban menurut bagiannya, serta salah satu mitra dilarang membatalkan akad syirkah sampai syirkah tersebut berakhir. Pengembangan syirkah (kerja sama) 'inan ini dengan memiliki karakteristik yang lebih khusus, terutama dalam kesepakatan para mitra/pemegang saham bahwa akad syirkah tidak boleh

dibatalkan oleh salah satu mitra kecuali dalam hal likuidasi. Jika terjadi perpindahan modal ke syirkah moussamah ini, maka perpindahan modal tersebut berupa jual beli saham. Berikut skema akad syirkah musahamah melalui securities crowdfunding syariah.

Gambar 2.1 Skema Akad Syirkah Musahamah

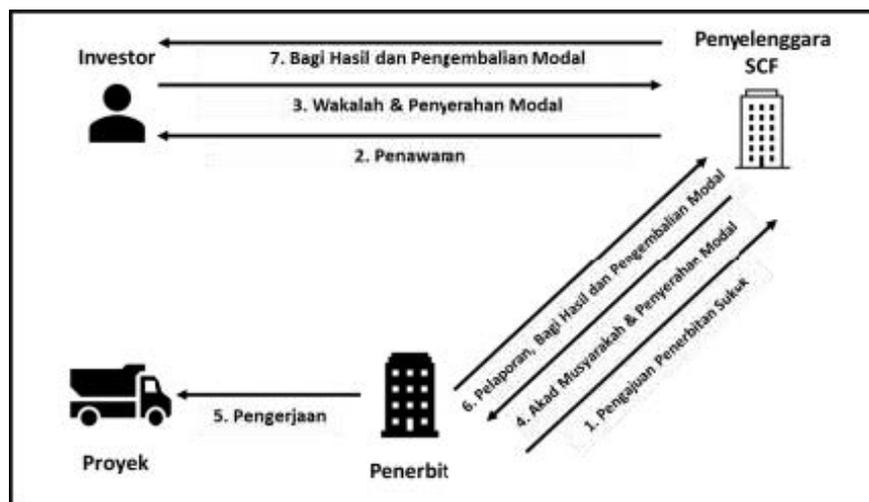


Sumber : Modul securities crowdfunding (SCF) syariah untuk penerbit

2) Sukuk

- ♦ Sukuk musyarakah adalah sukuk yang menggunakan akad musyarakah dimana pemegang sukuk penerbit sukuk mengadakan perjanjian kerjasama (kerja sama) atas proyek bisnis tertentu di mana masing-masing pihak berkontribusi dana/modal dagang (ra's al-mal) memberikan keuntungan dibagi menurut nisbah yang disepakati atau secara proporsional besarnya modal saham, tetapi kerugian ditanggung sendiri-sendiri oleh para pihak secara proporsional.

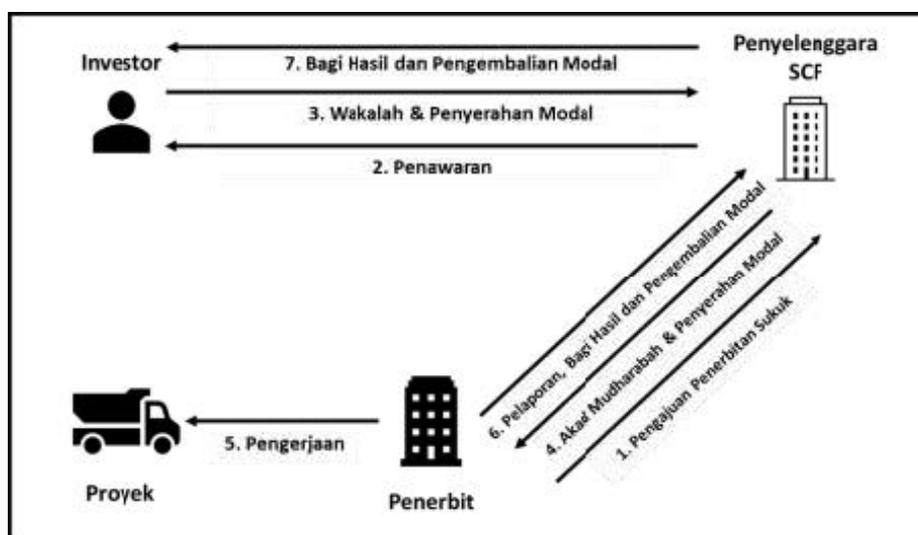
Gambar 2.2 Skema Akad Sukuk Musyarakah



Sumber : Modul Securities Crowdfunding (SCF) Syariah Untuk penerbit

- ♦ Sukuk mudharabah merupakan jenis sukuk yang menggunakan akad mudharabah. Dalam akad ini, terdapat perjanjian kerjasama antara pemilik modal (shahibul mal) dan pengelola (mudharib) di mana seluruh modal diberikan oleh pemilik modal kepada pengelola. Keuntungan perusahaan kemudian dibagikan kepada keduanya sesuai dengan nisbah yang disepakati dalam kontrak.

Gambar 2.3 Skema Sukuk Mudharabah



Sumber : Modul Securities Crowdfunding (SCF) Syariah Untuk penerbit

Pihak-pihak dalam Securities Crowdfunding syariah di Indonesia (POJK. No 57 2020)

- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) lembaga pengawas yang memiliki kewenangan dalam memberikan izin kepada pengelola SCF Syariah.

- b) Penyelenggara crowdfunding adalah badan hukum Indonesia yang menyediakan, mengelola, dan menjalankan layanan crowdfunding.
 - c) Penerbit adalah badan usaha Indonesia, termasuk badan hukum dan entitas komersial lainnya, yang menerbitkan sekuritas melalui layanan crowdfunding.
 - d) Investor adalah pihak yang membeli efek melalui layanan crowdfunding emiten. Investor yang dapat membeli sekuritas dengan dana.
 - e) Bank Kustodian adalah bank umum yang diberi wewenang oleh Otoritas Pengawas Keuangan untuk melakukan kegiatan kustodian.
 - f) KSEI adalah lembaga penyimpanan dan penyelesaian (LPP) di bidang pasar modal Indonesia yang menyediakan layanan penyimpanan dan penyelesaian transaksi efek.
4. Penyelenggara Securities Crowdfunding Syariah

Terdapat empat penyelenggara SCF Syariah yang saat ini tercatat di OJK antara lain;

- a) PT Investasi Digital Nusantara (Bizhare),
 - b) PT Shafiq Digital Indonesia (SHAFIQ),
 - c) PT Dana Investasi Bersama (FundEx), dan
 - d) PT LBS Urun Dana (LBS Urun Dana).
5. Mekanisme Securities Crowdfunding syariah secara umum dapat digambarkan sebagai berikut;

Gambar 2.4 Mekanisme Securities Crowdfunding syariah



Sumber : Modul Securities Crowdfunding (SCF) Syariah Untuk penerbit (KNEKS

2022b)

6. Jenis- jenis efek securities crowdfunding (SCF) syariah

- a) Efek yang memiliki karakteristik ekuitas bisa berupa saham atau jenis efek ekuitas lainnya yang dapat diubah menjadi saham.
- b) Sukuk merupakan instrumen syariah yang berbentuk sertifikat atau tanda kepemilikan dengan nilai yang sama dan merupakan bagian integral atau tak terpisahkan dari aset yang menjadi dasarnya.
- c) Sukuk adalah efek syariah berupa sertifikat atau bukti kepemilikan nilai yang sama dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan atau tidak terbagi atas aset yang mendasarinya.

7. Perbedaan antara securities crowdfunding (scf) dengan bursa efek indonesia dan peer to peer lending

a) Perbedaan Securities crowdfunding (SCF) dengan Bursa Efek Indonesia

Bursa Efek Indonesia merupakan lembaga yang mengatur dan menyediakan sistem/fasilitas untuk mempertemukan pembeli dan penjual efek di pasar modal. Akses ke bursa hanya terbuka bagi anggota bursa perdagangan saham. Di sisi lain, SCF lebih fleksibel karena dapat diakses melalui aplikasi atau platform, sehingga emiten dan investor dapat memperdagangkan efek melalui platform organisasi SCF. Selain itu, terdapat perbedaan dalam proses penerbitan sukuk antara SCF dan BEI. Penerbitan sukuk melalui Bursa Efek Indonesia memerlukan tingkat pengelolaan yang lebih kompleks daripada SCF. Proses penerbitan sukuk di SCF jauh lebih sederhana, karena segmen pasar SCF ditujukan untuk memberikan modal atau pembiayaan bagi usaha kecil dan menengah (UKM).

b) Perbedaan Securities crowdfunding (SCF) dengan Peer To Peer (P2P) Lending/ Financing

Perusahaan fintech yang menerapkan sistem crowdfunding untuk menghimpun dana akan mengandalkan model pengumpulan dana yang luas dan terbuka akan menyasar lebih banyak calon investor. Diharapkan kebutuhan pembiayaan, pendanaan atau modal dapat terpenuhi dengan cepat. Di sisi lain, perusahaan fintech yang menggunakan model pinjaman/pembiayaan peer-to-peer lebih fokus pada model pinjaman langsung, pembiayaan atau layanan keuangan antara pemberi pinjaman atau pembiayaan dan penerima pinjaman yang berbasis teknologi. Dalam hal ini, pembiayaan dapat dilakukan secara peer-to-peer tanpa melalui sistem pengumpulan dana crowdfunding.

Tabel 2.1 Perbedaan Instrumen Investasi

	<i>Securities Crowdfunding</i>	Bursa Efek Indonesia	<i>Peer to Peer Financing</i>
Kategori	Pasar Modal	Pasar Modal	Pembiayaan
Sarana	Berbasis Aplikasi	Berbasis Aplikasi	Berbasis Aplikasi
Pendanaan	Sederhana	Kompleks	Sederhana
Instrumen	Sukuk dan saham	Sukuk, Saham & surat berharga lainnya	Pembiayaan

Sumber : Modul Securities Crowdfunding (SCF) Syariah Untuk penerbit (KNEKS 2022b)

2.1.3 Generasi Milenial

Pada tahun 1991, Neil Howe dan William Strauss mempopulerkan teori tentang perbedaan generasi. Dalam teori ini, mereka membagi generasi berdasarkan periode kelahiran dan pengalaman sejarah yang mereka alami. Menurut Howe dan Strauss, generasi dapat diklasifikasikan sebagai sekelompok individu yang dipengaruhi oleh peristiwa sejarah dan fenomena budaya yang terjadi dan dialami dalam kehidupan mereka. Hal ini mencerminkan pemahaman dasar dalam pengelompokan generasi, yang menekankan bahwa perbedaan antar generasi dapat dijelaskan oleh konteks sejarah dan budaya yang berbeda yang memengaruhi pemikiran, nilai, dan perilaku individu dalam generasi tersebut (Noble and Schewe 2003).

Generasi adalah kelompok orang yang termasuk dalam rentang usia yang sama dan mengalami atau akan mengalami pengalaman hidup yang serupa dalam periode waktu tertentu. (Gu and Yim 2016). Mereka memiliki karakteristik dan perspektif yang serupa karena dipengaruhi oleh peristiwa yang terjadi selama periode tersebut (Berkup 2014). Menurut Mannheim (1952) Generasi merupakan konstruksi sosial yang terbentuk oleh sekelompok orang dengan usia sebaya yang mengalami pengalaman sejarah yang serupa. Pemahaman tentang generasi juga melibatkan kelompok orang dengan tahun kelahiran yang sama dalam rentang waktu sekitar 20 tahun dan berbagi pengalaman sosial dan sejarah yang serupa (Indah Budiati, SST 2018). Identifikasi kelompok generasi didasarkan pada kesamaan tahun kelahiran, usia, lokasi, dan peristiwa hidup yang memiliki pengaruh signifikan terhadap tahap pertumbuhan individu dalam kelompok tersebut (Yanuar Surya Putra, 2007).

Istilah generasi milenial pertama kali diperkenalkan oleh William Strauss dan Neil Howe dalam buku mereka yang berjudul "Millennials Rising: The Next Great Generation" (2000) pada

tahun 1987, ketika anak-anak yang lahir pada tahun 1982 memasuki prasekolah. Pada saat itu, media mulai menyebut mereka sebagai kelompok yang terhubung dengan milenium baru ketika mereka lulus SMA pada tahun 2000 (Howe and Strauss 2009). Menurut pandangan lain dari Elwood Carlson, generasi milenial meliputi mereka yang lahir antara tahun 1983 hingga 2001 (Carlson 2008). Jika kita mengacu pada teori generasi yang dikemukakan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1980 dan 2000. Generasi milenial juga sering disebut sebagai generasi Y. Generasi milenial merupakan generasi emas bagi seluruh negara yang memilikinya. Karena generasi milenial juga disebut sebagai generasi global di dunia yang menginginkan kemudahan dalam segala urusan aktivitas kehidupan (Fahmi et al. 2020) Adanya perbedaan skema yang digunakan untuk mengelompokkan generasi milenial, karena peneliti – peneliti tersebut berasal dari Negara yang berbeda (Indah Budiati, SST 2018). Beberapa pendapat mengenai perbedaan generasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 2 Generasi Milenial menurut peneliti

Peneliti	Tahun lahir		
Tapscott (Tapscott, 1998)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (Howe & Strauss, 2009)	13th Generation (1961-1981)	Millennial Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster & Stillman (2002)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-
Martin & Tulgan (Martin & Tulgan, 2003)	Generation X (1965-1977)	Millennials (1978-2000)	-
Oblinger & Oblinger (Oblinger & Oblinger, 2005)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millennials (1995-present)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti, dapat disimpulkan bahwa rentang tahun kelahiran generasi milenial berkisar antara tahun 1980 hingga awal 2000-an. Meskipun terdapat perbedaan kecil dalam batas akhir rentang tahun kelahiran, umumnya generasi milenial dianggap meliputi individu yang lahir antara tahun 1980 hingga sekitar tahun 2000.

2.1.4 Minat Investasi

Minat adalah kecenderungan yang melekat pada subjek untuk merasa senang dan tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang pada bidang tersebut (Winkel 2004). Dalam Theory of Planned Behavior, dikemukakan bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh sikap individu terhadap niat yang ingin dilakukannya. Selain itu, norma subyektif dan kontrol perilaku juga memiliki peran dalam menentukan niat individu tersebut. Dalam konteks investasi, hal ini berarti bahwa jika seseorang memiliki sikap positif terhadap investasi dan memiliki minat yang kuat untuk berinvestasi, kemungkinan besar mereka akan mengambil tindakan konkret untuk mewujudkan niat tersebut. (Fernandes 2014; Bosnjak, Ajzen, and Schmidt 2020).

Minat berinvestasi menurut Kusmawati adalah kemauan untuk mencari tahu tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan investasi seperti kinerja investasi, keuntungan, risiko atau kelemahan sebagai bahan pertimbangan sebelum mengambil keputusan (Nisa and Amalia Nuril hidayati 2022). Minat investasi adalah keinginan atau kemauan kuat investor untuk menanamkan modalnya dan mempelajari segala sesuatu masalah investasi hingga tahap praktik pada suatu produk investasi. Investor akan melakukan investasi setelah mengevaluasi dan menemukan bahwa investasi itu baik untuknya. Keputusan akhir untuk menerima atau menolak investasi tergantung minat investor (Fahreza and Surip 2018).

Faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi minat. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi minat setiap orang (Mahmud. 2001).

- 1) Faktor yang berasal dari dalam diri individu, seperti jasmani dan rohani, memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan dan perilaku.
- 2) Faktor motif sosial melibatkan kebutuhan individu untuk diterima dan dihargai dalam lingkungan sosialnya.
- 3) Faktor emosional mencerminkan tingkat intensitas emosi seseorang dalam memperhatikan keinginan atau objek tertentu.

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur minat investasi yaitu; (Maulida, 2020).

- 1) Ketertarikan : Menunjukkan konsentrasi dan perasaan senang untuk mencari tahu mengenai instrumen-instrumen investasi.
- 2) Keinginan : Menunjukkan dorongan untuk meluangkan waktu mengikuti seminar dan pelatihan investasi.
- 3) Keyakinan : Menunjukkan dorongan untuk mencoba investasi dengan adanya keyakinan individu terhadap kualitas, kegunaan dan keuntungan.

2.1.5 Teori Investasi

Securities crowdfunding kegiatannya menghimpun dana dari investor. Kemudian dana yang terkumpul distribusikan kepada proyek bisnis yang diajukan oleh usaha mikro, kecil dan menengah. Oleh karena itu landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah beberapa teori investasi.

Investasi adalah kegiatan penempatan sejumlah dana dengan harapan untuk mempertahankan, meningkatkan nilai, atau mendapatkan return yang positif. Definisi ini menekankan pada tujuan utama dari investasi, yaitu untuk menghasilkan keuntungan atau pertumbuhan nilai dari dana yang diinvestasikan (Sutha 2000). Investasi melibatkan penanaman sejumlah dana dengan harapan memperoleh hasil yang menguntungkan. Hal ini mencakup berbagai instrumen investasi seperti saham, obligasi, properti, dan lain sebagainya (Webster, 1999). Investasi dapat dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan jangka waktu, yaitu investasi jangka pendek, investasi jangka menengah, dan investasi jangka panjang. Jangka waktu ini mencerminkan periode di mana investasi diharapkan memberikan hasil atau return yang diinginkan. (Lypsey 1997). Investasi juga melibatkan komitmen sejumlah dana untuk periode waktu tertentu dengan harapan mendapatkan pengembalian yang diinginkan (Sumanto 2006).

Perilaku investor memainkan peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan investasi. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa semakin tinggi resiko dalam investasi maka semakin tinggi pula return yang diperoleh dari investasi tersebut. Pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari sejumlah pilihan yang tersedia dengan situasi yang kompleks, karena di pengaruhi oleh informasi dan pengetahuan investor tentang investasi. Setiap investor memiliki tingkat keterampilan dan pengetahuan berbeda. Terdapat tiga macam perilaku investor terhadap risiko (Halim 2005). Berikut merupakan Jenis-jenis investor;

a. *Risk taker*

Jenis investor yang berani mengambil resiko dikenal dengan istilah *risk taker*, atau *risk lover*, atau *risk seeker*. Investor jenis ini cenderung memiliki sikap yang agresif dan spekulatif dalam mengambil keputusan investasi. Mereka yakin bahwa dengan mengambil risiko yang lebih tinggi, mereka memiliki potensi untuk mendapatkan pengembalian yang lebih tinggi pula. Mereka menerima fluktuasi nilai investasi yang lebih besar dan siap menghadapi kemungkinan kerugian yang lebih tinggi.

b. *Risk averter*

Jenis investor yang tidak mau mengambil resiko dikenal dengan istilah, *risk averter*, atau *risk aversion*. adalah investor yang memiliki kecenderungan untuk menghindari risiko sebanyak

mungkin. Investor penghindar risiko cenderung memiliki preferensi terhadap keamanan dan stabilitas dalam investasi mereka. Mereka lebih memilih untuk melindungi modal mereka dan menghindari kemungkinan kerugian besar. Mereka mungkin merasa tidak nyaman dengan ketidakpastian dan fluktuasi harga yang tinggi yang biasanya terkait dengan investasi yang berisiko.

c. *Risk moderate*

Jenis investor yang netral atau dikenal dengan risk moderate, *moderate* investor atau *indifference* investor. Tipe investor ini tidak hanya melihat instrumen investasi saja tetapi juga melihat return yang ditawarkan. Investor semacam ini cenderung memiliki sikap yang lebih fleksibel dan berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi. Mereka tidak terlalu terpengaruh oleh risiko yang mungkin terjadi dan lebih memfokuskan pada pengembalian yang diharapkan dari investasi tersebut.

Teori investasi dalam Al-Quran Surah Ibrahim ayat ke-24

أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ۚ ٢٤

Artinya : Tidakkah kamu memperhatikan bagaimana Allah telah membuat perumpamaan kalimat yang baik seperti pohon yang baik, akarnya kuat dan cabangnya (menjulang) ke langit (QS. Ibrahim: 24).

Meskipun ayat ini tidak secara langsung mengacu pada investasi. Ayat tersebut menggambarkan perumpamaan yang digunakan Allah untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya kalimat yang baik dalam kehidupan. Perbandingan dengan pohon yang baik, dengan akarnya yang kokoh dan cabangnya yang mencapai langit, menggambarkan investasi yang baik dalam konteks Islam. Akar yang kokoh melambangkan dasar yang kuat dari investasi tersebut, yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang adil dan menghindari praktik yang diharamkan. Investasi yang baik dalam Islam juga mencerminkan keberlanjutan, seperti cabang-cabang yang mencapai langit, yang menggambarkan pertumbuhan yang positif dan ekspansi investasi. Prinsip bagi hasil menjadi pendekatan yang dianut, di mana keuntungan dan risiko dibagi secara adil antara investor dan pengusaha. Selain itu, investasi yang baik dalam Islam juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sejalan dengan prinsip-prinsip moral dan etika Islam. Dengan demikian, perumpamaan ini mengajarkan bahwa investasi yang baik dalam Islam adalah yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah, memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

2.1.6 Pengetahuan

Pengetahuan merupakan semua informasi yang dimiliki oleh individu dan dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan yang diambil. pengetahuan juga melibatkan kemampuan untuk memahami, menafsirkan, dan menggunakan informasi untuk mengambil keputusan yang tepat (Dila Rukmi Octaviana 2021). Pengetahuan konsumen dapat didefinisikan sebagai pengetahuan yang dimiliki konsumen tentang produk atau layanan tertentu yang diperoleh melalui berbagai sumber, termasuk pengalaman pribadi, interaksi sosial, dan informasi yang diperoleh dari media dan sumber lainnya (Hassan et al. 2011; Rowe and Clark 1927).

Pengetahuan mengenai suatu produk/layanan merupakan faktor penting serta perlu dijelaskan oleh perusahaan dalam memberikan panduan atas barang/layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Semua usaha promosi yang dikerjakan oleh seorang pemasar dengan bertujuan untuk memberikan pengetahuan atau edukasi kepada konsumen, terutama mengenai kelebihan yang dimiliki barang tersebut dan tentunya tidak dimiliki oleh barang lainnya (D. M. A. Firmansyah 2018). Pengenalan akan suatu inovasi baru dari sebuah produk kadang memerlukan upaya yang besar agar konsumen mengetahui produk tersebut selain produk yang sudah ada di pasaran. Fungsi pengetahuan juga bisa membantu mengurangi ketidakpastian dan kebingungan konsumen dalam menggunakan produk (M. A. Firmansyah 2020). Ketika berbicara mengenai produk investasi, pengetahuan investor memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan investasi yang tepat. Terutama ketika menggunakan metode crowdfunding syariah sebagai salah satu produk investasi baru, pengetahuan ini dapat membantu meminimalisir risiko kerugian atau kecurangan saat berinvestasi. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menilai pengetahuan investor mengenai crowdfunding syariah sebagai metode investasi (Mauliya and Hasanah 2022);

1. Mengetahui keberadaan produk, kondisi dimana seorang investor memiliki pengetahuan bahwa ada suatu platform investasi securities crowdfunding syariah.
2. Mengetahui keunggulan produk, kondisi dimana seorang investor memiliki pengetahuan tentang keunggulan yang dimiliki oleh platform investasi securities crowdfunding. Investor menyadari bahwa platform tersebut memungkinkan mereka untuk melakukan investasi dalam jumlah kecil dengan cara yang mudah dan terjangkau dibandingkan dengan investasi tradisional.
3. Mengetahui manfaat produk, kondisi dimana seorang investor memiliki pemahaman tentang manfaat yang bisa didapatkan dari berinvestasi pada platform investasi securities crowdfunding.

4. Mengetahui System yang digunakan, kondisi dimana seorang investor memiliki pemahaman tentang bagaimana sistem atau mekanisme yang digunakan pada platform investasi securities crowdfunding syariah. Investor mengetahui cara kerja platform tersebut, mulai dari proses pendaftaran, mekanisme investasi, pembagian dividen atau imbal hasil, hingga mekanisme penarikan dana.

2.1.7 Persepsi Risiko

Persepsi merupakan suatu proses di mana kita mengorganisasi, memilih, dan menginterpretasikan informasi yang masuk untuk membentuk pemahaman tentang dunia. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga rangsangan yang terkait dengan lingkungan sekitar dan kondisi pribadi individu yang terlibat (Kotler, P. & Keller 2012). Persepsi adalah sebuah proses di mana informasi dari indera manusia (sensory) dan pengalaman masa lalu yang relevan diatur secara teratur untuk memberikan gambaran yang terstruktur dan bermakna pada situasi-situasi yang tertentu. Sedangkan risiko adalah ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak dapat memperkirakan konsekuensi yang mungkin mereka derita dari keputusan pembelian mereka (M. A. Firmansyah 2020). Hasil keputusan pembelian seringkali tidak pasti, membuat konsumen merasa bahwa ada beberapa tingkat risiko dalam keputusan pembelian mereka (Mai Yuliza and Sinta Sila Yeneti 2022).

Persepsi risiko merupakan konsekuensi negatif yang diantisipasi konsumen konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dalam konteks pembelian suatu produk atau layanan. Hal ini berarti bahwa setiap konsumen dapat memiliki persepsi risiko yang berbeda-beda terhadap suatu produk atau situasi pembelian, tergantung pada penilaian pribadi (Dunn, M. G., Murphy, P. E., & Skelly 2014). Persepsi risiko dianggap sebagai ukuran potensi kerugian dari tindakan yang tidak menguntungkan dan merupakan kepastian perasaan subyektif individu tentang konsekuensi dari kehilangan (Fahreza and Surip 2018). Ada dua bentuk ketidakpastian yang muncul secara alami, yaitu ketidakpastian perilaku dan ketidakpastian lingkungan (D. M. A. Firmansyah 2018).

Dalam bidang investasi, konsep persepsi risiko merujuk pada tingkat risiko yang terkait dengan pembelian produk atau layanan investasi. Semakin tinggi tingkat pengembalian investasi, semakin tinggi pula tingkat persepsi risiko yang dirasakan oleh konsumen. Setiap orang mempunyai persepsi risiko yang berbeda-beda tergantung pada pengalaman dan keyakinannya, yang kemudian mempengaruhi keputusan yang diambil dan dampak yang dihasilkan. Risiko yang dirasakan merupakan suatu bentuk interpretasi atau penilaian atas situasi yang dianggap berbahaya (Nursalam, 2016 and Fallis 2013). Persepsi risiko investor merupakan perilaku yang menyebabkan ketidakpastian dalam keputusan investasi sehingga setiap individu juga akan berbeda dalam mengambil keputusan investasi. penelitian Dewi (2018) menunjukkan persepsi risiko berpengaruh

signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Persepsi risiko yang tinggi mendorong investor akan berani mengambil risiko pada instrumen pasar modal (Dewi 2018). Persepsi risiko investasi di pasar modal ini lebih menonjol pada pandangan atau gambaran negatif investor tentang investasi melalui platform securities crowdfunding syariah.

Berikut ini terdapat 6 (enam) indikator persepsi risiko (Sumarwan 2011):

- 1) Risiko keuangan adalah Kerugian secara finansial akibat pembelian suatu produk, risiko keuangan berfokus pada kondisi yang dirasakan oleh konsumen saat melakukan transaksi menggunakan securities crowdfunding tidak sesuai dengan yang diharapkan, atau tidak sesuai dengan nilai yang dibayarkan.
- 2) Risiko sosial adalah kekhawatiran konsumen terhadap pendapat orang lain mengenai produk yang akan dibeli.
- 3) Risiko kinerja adalah Kekhawatiran mengenai kinerja securities crowdfunding apakah akan memberikan imbal hasil sebagaimana yang diharapkan.
- 4) Risiko Waktu adalah Kekhawatiran atas kerugian kehilangan waktu terbuang sia-sia akibat melakukan investasi melalui securities crowdfunding.
- 5) Risiko fisik adalah kekhawatiran kerugian karena penipuan atau peretasan online, yang mengutamakan keamanan transaksi atau pengguna internet. Menggambarkan persepsi konsumen bahwa securities crowdfunding akan memenuhi persyaratan keamanan, seperti layanan otentikasi, integritas, dan enkripsi mengenai keamanan produk.
- 6) Risiko psikologis adalah kekhawatiran hilangnya citra diri akibat produk tidak sesuai kepribadian atau potensi kerugian yang melibatkan harga diri yang disebabkan oleh frustrasi karena ketidaksesuaian tujuan pembelian.

2.1.8 Kepercayaan

Kepercayaan konsumen adalah seluruh pemahaman yang dimiliki konsumen dan segala kesimpulan yang diambil oleh konsumen mengenai produk, ciri-ciri, dan keuntungannya. (Mowen, J.C., dan Minor 2012). Kepercayaan umumnya terlihat sebagai elemen fundamental untuk keberhasilan suatu hubungan. Tidak ada kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan lama. Kepercayaan diartikan sebagai keinginan untuk mengandalkan rekan bisnis (SCHIFFMAN, 2010). Kepercayaan merupakan pandangan deskriptif individu mengenai suatu hal. Kepercayaan masyarakat terhadap produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Kotler, P. & Keller 2012).

Kepercayaan konsumen melibatkan keyakinan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut dan manfaat dari berbagai atribut tersebut (Sumarwan 2011). Atribut produk sendiri merupakan sifat-sifat yang ada pada suatu produk. Tiap individu mempunyai kebiasaan untuk

berperilaku dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu. (D. M. A. Firmansyah 2018). Atribut ini menjadi faktor penentu dalam penilaian konsumen tentang sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dengan mengidentifikasi atribut-atribut yang ada, kita dapat memahami secara lebih mendalam mengenai apa yang dimiliki oleh produk tersebut (Eljunusi 2009).

Sikap konsumen memainkan peran penting dalam membentuk keputusan konsumen terkait dengan produk atau layanan. Konsep sikap konsumen melibatkan tiga elemen utama, yaitu keyakinan, sikap, dan perilaku. Kepercayaan merujuk pada pandangan atau penilaian subjektif yang dimiliki konsumen tentang suatu objek. (Mowen, J.C., dan Minor 2012). Kepercayaan terhadap objek atau perilaku akan mempengaruhi sikap, sikap konsumen terhadap produsen ditentukan oleh keyakinan akan manfaat produk. Dalam konteks layanan keuangan. Penyedia layanan perlu terus meningkatkan pemahaman dan manfaat produk (Fuadi, Bukhari, and Firdiyanti 2022).

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah disebutkan, dapat dijelaskan bahwa kepercayaan merujuk pada keyakinan suatu pihak terhadap kualitas, manfaat, dan karakteristik yang diberikan oleh pihak lain selama melakukan transaksi. Kepercayaan ini didasarkan pada keyakinan bahwa individu yang dipercayai akan menepati semua kewajibannya dengan baik sesuai dengan yang diharapkan. Kepercayaan merupakan faktor paling krusial dalam membentuk ikatan jangka panjang antara individu atau kelompok yang berbeda. Terdapat beberapa aspek dan indikator untuk mengukur kepercayaan konsumen, yaitu sebagai berikut (Kotler, P. & Keller 2012):

1. Kebajikan (*Benevolence*) adalah kesediaan merujuk pada kesiapan penjual untuk memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dan konsumen. Penjual tidak hanya mencari keuntungan, namun juga memperhatikan kepuasan konsumen dengan sungguh-sungguh.
2. Kemampuan (*Ability*) adalah penilaian mengenai apa yang dapat dikerjakan oleh seseorang. Dalam konteks ini, seberapa mampu penjual menyediakan, meyakinkan konsumen dan menjamin kepuasan serta keamanan saat melakukan transaksi
3. Integritas terkait dengan cara penjual berperilaku atau mengelola bisnisnya. Informasi yang disampaikan kepada konsumen apakah akurat atau tidak. Produk yang dijual memiliki kualitas yang dapat diandalkan atau tidak.

4. Kemauan untuk bergantung (*Willingness to depend*) merujuk pada kemauan seseorang untuk bergantung pada penjual dan menerima konsekuensi negatif atau risiko yang mungkin terjadi.

2.2 Tinjauan Pustaka

	Nama peneliti	Judul penelitian	Variable penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	Chairunisa (Chairunisa 2018)	Pengetahuan, kepercayaan, informasi dan teknologi yang mempengaruhi motivasi masyarakat dalam Investasi menggunakan <i>crowdfunding syariah</i>	Pengetahuan, kepercayaan, informasi dan teknologi terhadap motivasi	Kuantitatif dengan menggunakan metode analisis <i>structural equation modelling</i> . Metode pengambilan data menggunakan kuesioner.	Variabel pengetahuan Berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi, variabel informasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi, variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi.
2.	Divia zulianti, nurbaiti (Divia Zulianti 2022)	Peluang securities crowdfunding sebagai metode pendanaan bisnis umkm ditengah pandemi di indonesia	Peluang securities crowdfunding sebagai metode Pendanaan umkm	Deskriptif kualitatif yang berbasis pada studi Literasi dengan mengumpulkan jurnal dan publikasi yang terindeks pada google	Semakin berkembangnya skema pembiayaan securities crowdfunding, maka akan dapat membantu memulihkan Sektor umkm di masa pandemi covid-19
3.	Lailatul nur afifah	Determinan perilaku investor	Performance expectancy, effort	Metode penelitian kuantitatif	Performance expectancy berpengaruh positif

	(Afifah 2022)	dalam mengadopsi Platform securities crowdfunding syariah di indonesia	Expectancy, social influence, dan facilitating condition, terhadap behavioral intention	dengan pendekatan survey. Menggunakan model unified theory of acceptance and use of technology (utaut)	terhadap behavioral intention investor. Effort expectancy, social influence, dan religiosity tidak berpengaruh terhadap behavioral intention investor dalam mengadopsi platform securities crowdfunding syariah. Behavioral intention berpengaruh positif terhadap use behavior investor dalam mengadopsi platform securitiescrowdfunding syariah. Facilitating condition tidak berpengaruh terhadap use behavior investor dalam mengadopsi platform securities crowdfunding syariah.
4.	Gigih prahastoro, firdaus yuni	Strategi komunikasi pemasaran	Komunikasi pemasaran layanan	Penelitian kualitatif dengan	Untuk mendorong minat masyarakat berinvestasi di

	dharta, rastrikusumaningrum (Prahastoro, Dharta, and Kusumaningrum 2021).	layanan securities crowdfunding dalam menarik Minat masyarakat untuk berinvestasi di sektor ukm	securities crowdfunding dalam menarik Minat masyarakat	pendekatan studi kasus pada perusahaan joinan. Id	sektor ukm melalui scf, diperlukan Strategi komunikasi melalui pemanfaatan sosial media. Penyebaran Konten secara konsisten akan meningkatkan kepercayaan Khalayak.
5.	Julia famorpratami, priagung danarahman to, nugraha, maya sari (Pratami et al. 2022).	<i>Business strategy on the success of sharia securities crowdfunding : indonesian sharia crowdfunding pioneer</i>	Menganalisis strategi bisnis crowdfunding sekuritas syariah	Kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada perusahaan scf syariah pertama di indonesia bernama shafiq.	Keberhasilan perusahaan scf sekuritas syariah dipengaruhi oleh keberadaan tim, konten, video, platform, penggunaan media sosial, kualitas proyek, legalitas, pemilihan bisnis, dan pemilihan sistem syariah. Faktor kepercayaan dan keamanan baik bagi pelaku usaha maupun investor merupakan faktor utama yang mendorong keberhasilan

					perusahaan scf syariah
6.	Hwang Nak-jin, Lee So-Young (Hwang Nak-jin 2020).	<i>A Study on Participation Intention and Herd Behavior on Domestic Securities Type Crowdfunding Investors: Focusing on the Theory of Planned Behavior</i>	Pengaruh niat dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku investor crowdfunding.	Kuantitatif dengan menggunakan metode analisis <i>structural equation modelling</i> . Model TAM	Sikap dan norma subyektif variabel utama teori perilaku terencana berpengaruh positif terhadap niat partisipasi investor crowdfunding ekuitas. Equity-type crowdfunding berpengaruh signifikan terhadap niat untuk berpartisipasi karena merupakan kegiatan investasi pada startup tahap awal dengan risiko kerugian yang tinggi.
7.	Mohammad tariqul islam khan (Khan 2022).	<i>Determinants and preferences For a crowdfunding project</i>	Factor-faktor yang menentukan kemauan pekerja muda untuk mendanai proyek crowdfunding dan preferensi mereka untuk	Kuantitatif dengan metodologi survei untuk menyelidiki faktor penentu kesediaan untuk mendanai proyek crowdfunding	Hasilnya menunjukkan bahwa proses investasi yang mudah, yang dipandang sebagai pengembangan dan inovasi Crowdfunding yang dirasakan, dan pelatihan keuangan

			model crowdfunding	dan preferensi untuk model crowdfunding.	menyebabkan kemauan pekerja muda yang lebih tinggi untuk bekerja.
8.	Rifaldi Majida, Rizky Aditya Nugrahab (Majid and Aditya 2022).	<i>MSMEs and Islamic Securities Crowdfundin g: The Importance of Financial Literacy</i>	Pengaruh norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan sikap terhadap niat memperoleh modal	Kuantitatif deskriptif, menggunakan pemodelan persamaan struktural oleh SmartPLS	Norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan sikap terhadap perilaku berpengaruh signifikan terhadap niat memperoleh modal dan literasi keuangan syariah secara eksperimental terbukti dapat meningkatkan keinginan pelaku UMKM
9.	Ni Made Nila Febrianti, Gede Sri Darma (Made, Febrianti, and Darma 2023).	<i>Millennials' Intention to Invest through Securities Crowdfundin g Platform</i>	Perceived Ease of Use (PEU), Perceived Usefulness (PU), Perceived Risk (PR), Trust (T), dan Social Pengaruh (SI) terhadap niat untuk mengadopsi platform	Kuantitatif dengan sifat asosiatif berupa hubungan sebab akibat dengan Teknik pengolahan data menggunakan SEM (Structural Equation	kegunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan. Sedangkan variabel perceived ease of use dan perceived risk tidak berpengaruh

			crowdfunding sekuritas dalam berinvestasi.	Modeling) - AMOS (Analysis Moment of Structural).	terhadap behavioral intention to use. Kepercayaan memiliki pengaruh terbesar pada niat perilaku untuk menggunakan platformcrowdfunding sekuritas
10.	Rifaldi Majida, Rizky Aditya Nugraha (Majid and Nugraha 2022)	Crowdfunding and islamic securities: The role of financial literacy	Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEoU), Subjective Norm (SN), Perceived Behavioral Control (PBC), Attitude Towards Behavior (ATB) terhadap Behavioral Intention (BI)	Penelitian ini menggunakan Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLSSEM) untuk menilai pengaruh literasi keuangan Islam dan faktor lain terhadap niat perilaku.	PU maupun PEOU berpengaruh terhadap ATB, namun ATB tidak berpengaruh terhadap BI untuk berinvestasi menggunakan I-SCF FinTech. Selain itu PU dan SN juga ditemukan mempengaruhi niat calon investor muslim untuk berinvestasi melalui investasi menggunakan I-SCF FinTech.

11.	Wasiuzzaman S, Chong L, Ong H (Wasiuzzaman, Chong, and Ong 2022)	Influence of perceived risks on the decision to invest in equity crowdfunding: a study of Malaysian investors	faktor risiko, khususnya risiko investasi, risiko hukum, dan risiko teknologi, terhadap keputusan investor untuk berinvestasi dalam usaha crowdfunding ekuitas di Malaysia	Kuantitatif dengan menggunakan model persamaan struktural partial least squares (SEM-PLS)	risiko investasi dan risiko hukum secara signifikan mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi pada crowdfunding ekuitas, tetapi risiko teknologi tidak mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi pada crowdfunding ekuitas.
12.	Sulaeman dan Sri Yuyu Ninglasari (Sulaeman and Ninglasari 2020)	An Empirical Examination of Factors Influencing the Behavioral Intention to Use Zakat-Based Crowdfunding Platform Model for Countering the Adverse Impact of COVID-19 on MSMEs in Indonesia	Perceived expectancy (PE), Effort expectancy (EE), sosial (SI), Facilitating condition (FC) berpengaruh behavioral intentions	Kuantitatif menggunakan data primer menggunakan kuesioner survei online, kemudian analisis dilakukan dengan menggunakan regresi partial least square (PLS)	Perceived expectancy (PE), Effort expectancy (EE), sosial (SI) kecuali Facilitating condition (FC) berpengaruh positif signifikan terhadap niat crowd funders Muslim untuk menggunakan model platform crowdfunding berbasis Zakat

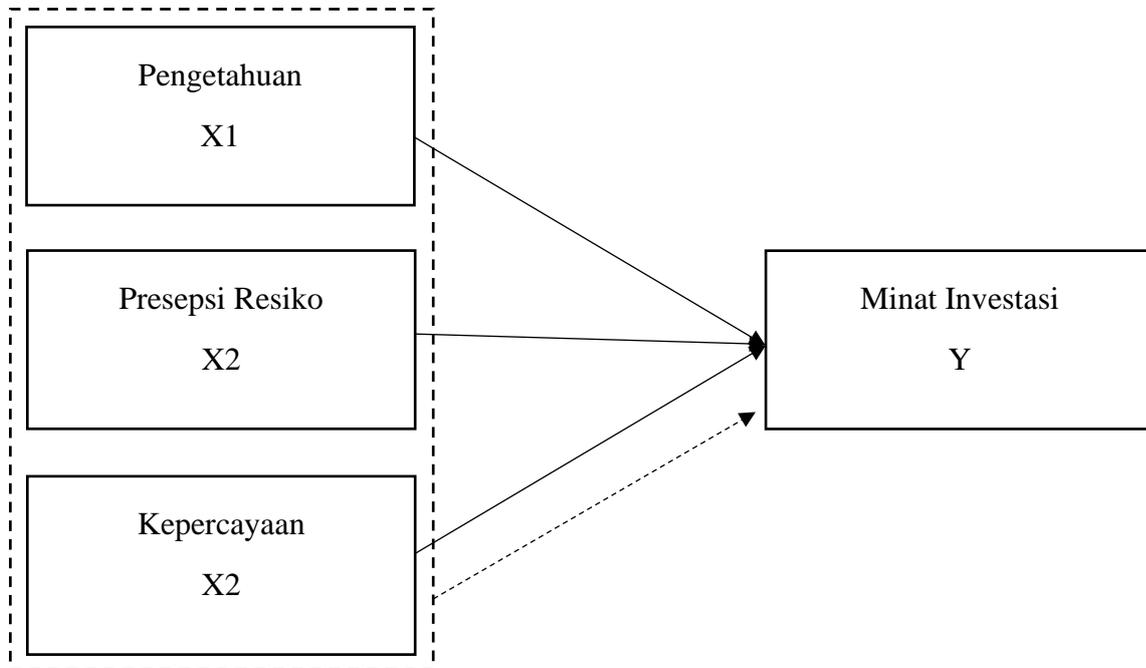
13.	Kazaure, Mansur Ahmed Abdullah, Abdul Rashid Zawawi, Dahlia Binti Hamzah, Amer (Kazaure et al. 2021)	Determinants of SMEs intention to adopt Islamic crowdfunding model in Northwestern Nigeria	Faktor-faktor penentu niat usaha kecil dan menengah (UKM) dengan menggunakan TAM untuk mengadopsi model crowdfunding Islami sebagai sumber keuangan alternatif.	Kuantitatif menggunakan survei, dari pemilik dan manajer UKM di tiga negara bagian (Kano, Kaduna, dan Katsina) Nigeria barat laut dan analisis menggunakan PLS-SEM 3.0	Perceived usefulness (pu) and perceived ease of use (peou), attitude towards behavior (atb), perceived behavioral control (pbc), subjective norm (sn), berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention (bi)</i> usaha kecil dan menengah (UKM) untuk mengadopsi model crowdfunding Islami sebagai sumber keuangan alternatif.
14.	Gio Alpri Naldi, Sri Muljaningsih (Naldi and Muljaningsih 2022).	Pengaruh motivasi, persepsi risiko, pengetahuan terhadap investasi pada umkm melalui platform securities crowdfunding syariah	Motivasi, persepsi risiko, pengetahuan terhadap minat investasi pada umkm	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Metode pengambilan sampelnya adalah Non-Probability	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel motivasi, persepsi risiko, pengetahuan berpengaruh simultan terhadap investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui platform SCF Syariah. Sedangkan variabel Persepsi Risiko berpengaruh

				<p>Sampling dengan Teknik Purposive Sampling</p>	<p>negatif dan tidak signifikan terhadap investor dalam berinvestasi pada UMKM melalui platform SCF Syariah.</p>
--	--	--	--	--	--

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan bentuk konseptual tentang bagaimana berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting dipengaruhi oleh sebuah teori.

Gambar 2. 5 Kerangka Berfikir



Dari bagan di atas dapat diketahui bahwa, variabel bebas X1 adalah pengetahuan, X2 presepsi resiko, dan X3 kepercayaan Y merupakan variabel terikat yaitu minat berinvestasi melalui platform securities crowdfunding syariah. Variabel bebas diuji secara parsial dan kemudian dilakukan uji secara simultan terhadap variabel terikat.

2.4 Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan kerangka pemikiran yang telah digambarkan sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini :

H0 : Tidak Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat generasi milenial berinvestasi menggunakan securities Crowdfunding Syariah

H1 : Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat generasi milenial berinvestasi di securities Crowdfunding Syariah

H0 : Tidak Terdapat pengaruh persepsi resiko terhadap minat generasi milenial berinvestasi menggunakan securities Crowdfunding Syariah

H2 : Terdapat pengaruh persepsi resiko terhadap minat generasi milenial berinvestasi di securities Crowdfunding Syariah

H0 : Tidak Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat generasi milenial berinvestasi di securities Crowdfunding Syariah

H3 : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat generasi milenial berinvestasi di securities Crowdfunding Syariah

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan metode kuantitatif karena mencerminkan fenomena yang ada dengan menggunakan ukuran, jumlah, atau frekuensi. Penelitian kuantitatif adalah jenis studi yang menekankan pada pengujian teori dengan mengukur variabel penelitian dengan angka dan menganalisis data menggunakan prosedur statistik. Metode kuantitatif dapat digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk menemukan keterkaitan atau hubungan antara variabel-variabel yang ada (Indriantoro 2014;12). Penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel pengetahuan, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap minat generasi milenial menggunakan securities crowdfunding.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data primer dan data sekunder. data primer adalah data yang diperoleh oleh individu yang melakukan penelitian atau bagi yang membutuhkan secara langsung di lapangan. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber yang ada oleh orang yang melakukan penelitian (Iqbal 2002). Dalam penelitian ini, data primer di ambil dari kuesioner yang disebarakan oleh peneliti kepada generasi milenial yang pernah melakukan investasi di kota semarang. Sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal, tesis sebelumnya dan buku-buku yang dibaca oleh penulis.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan memenuhi kriteria inklusi yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono 2017). Populasi berhubungan dengan masalah yang diteliti pada suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai sarana untuk memperoleh data. Populasi merupakan seluruh unit analisis yang ciri-cirinya telah ditentukan (Agung Widhi Kurniawan 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota semarang yang berusia antara 22 sampai 42 tahun yang sebelumnya telah berinvestasi pada instrument investasi apapun, karena dianggap telah memahami investasi secara umum baik secara imbal hasil maupun resiko investasi.

Sedangkan sampel sebagian yang akan diambil seluruh objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi (Sugiyono 2017). Sampel merupakan sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Sampel digunakan untuk mengestimasi parameter populasinya (Uma 2011; Agung Widhi Kurniawan 2016). Dalam penelitian ini metode

pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling menggunakan *Purposive sampling*. Kriteria-kriteria tertentu digunakan untuk memilih sampel dari populasi yang telah ditentukan. Kriteria ini dapat berdasarkan pertimbangan (judgment) atau menggunakan alokasi tertentu (*quota*) (Hartono 2014).

Kriteria dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat Kota Semarang.
2. Pernah berinvestasi dalam bentuk apapun.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan perhitungan sampel menurut Rumus Slovin.

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

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : kelonggaran ketidak telitian atau derajat toleransi

Populasi dalam penelitian ini mencapai 656.285. Toleransi yang telah ditetapkan adalah sebesar 10%, dengan demikian sampel minimal yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 99,98 atau setara dengan 100. Berikut adalah perhitungan sampel menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{656.285}{1 + 656.285 \times 0,1^2} = 99.98$$

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian ini. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data yang relevan dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner yang disebarkan melalui Google Form.

Dalam hal ini, kuesioner tersebut disebarkan melalui berbagai grup investasi, seperti grup sekuritas dan komunitas investasi, serta melalui platform media sosial dan melalui relasi yang ada di Semarang. Terdapat pertanyaan pada kuesioner yang memenuhi kriteria responden sehingga dapat diketahui bahwa responden telah memenuhi syarat yang relevan pada penelitian ini.

3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.5.1 Definisi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependent) yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Variabel Independen (Variabel Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Variabel independen juga sering disebut sebagai variabel dependen, stimulus, prediktor, eksogen. Variabel bebas dalam penelitian ini di deskripsikan dengan menggunakan simbol "X". Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan (X1), persepsi resiko (X2), dan kepercayaan (X3).

b) Variabel Dependen (Variabel Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Variabel ini juga sering disebut variabel dependen, variabel endogen, atau respon. Variable terikat dalam penelitian ini di deskripsikan dengan menggunakan simbol "Y". Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat generasi milenial berinvestasi melalui platform securities crowdfunding syariah (Y1).

3.5.2 Pengukuran Variabel

Sugiyono mendefinisikan skala pengukuran sebagai kesepakatan yang digunakan sebagai pedoman dalam menentukan panjang dan pendeknya jarak pada suatu alat ukur, sehingga jika alat ukur tersebut digunakan dalam suatu pengukuran akan memberikan data kuantitatif. Skala pengukuran ini menetapkan nilai variabel yang di ukur dengan menggunakan instrumen tertentu dalam bentuk angka, sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif (Sugiyono 2017).

Dalam penelitian ini pengukuran variabel menggunakan skala likert. Sugiyono menyatakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap peristiwa sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala linkert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata:

- a. "Sangat Setuju" diberi skor 5.
- b. "Setuju" diberi skor 4.
- c. "Ragu-ragu" diberi skor 3.

d. "Tidak Setuju" diberi skor 2.

e. "Sangat Tidak Setuju" diberi skor 1 (Sugiyono 2016).

Berikut adalah tabel skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Table pengukuran

Variable penelitian	Definisi	Indikator
Pengetahuan	Pengetahuan yang dimiliki konsumen tentang produk atau layanan tertentu yang diperoleh melalui berbagai sumber, termasuk pengalaman pribadi, interaksi sosial, dan informasi yang diperoleh dari media dan sumber lainnya	<ol style="list-style-type: none">1. Keberadaan produk,2. Keunggulan produk,3. Manfaat produk, dan4. System yang digunakan (Mauliya and Hasanah 2022).
Presepsi resiko	Presepsi risiko merupakan konsekuensi negatif yang diantisipasi konsumen sehubungan dengan situasi pembelian suatu produk.	<ol style="list-style-type: none">1. Resiko Keuangan,2. Resiko sosial,3. Resiko kinerja,4. Resiko waktu,5. Resiko fisik, dan6. Resiko psikologis (Sumarwan 2011)
Kepercayaan	Kepercayaan merujuk pada keyakinan suatu pihak terhadap kualitas, manfaat, dan karakteristik yang diberikan oleh pihak lain selama melakukan transaksi.	<ol style="list-style-type: none">1. Kebajikan,2. Kemampuan,3. Integritas dan4. Kemauan untuk bergantung (Kotler, P. & Keller 2012).

Minat Berinvestasi	Minat berinvestasi adalah keinginan untuk menempatkan sebagian dana di instrument investasi dengan maksud mendapatkan keuntungan di masa depan	1. Ketertarikan, 2. Keinginan, dan 3. Keyakinan (MAULIDA 2020)
--------------------	--	--

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Metode tersebut menggunakan sarana bantu dalam bentuk program komputer SPSS yang berguna untuk menganalisis data, menjalankan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik dan non-parametrik dengan dasar sistem operasi windows.

3.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas mengindikasikan tingkat akurasi antara informasi yang benar-benar terjadi pada objek dengan informasi yang terkumpul oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang terkumpul setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas dilakukan pada responden sebanyak 100 generasi milenial yang pernah berinvestasi di kota semarang.

$$r \text{ hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r-hitung adalah koefisien korelasi yang akan dihitung.
- n adalah jumlah sampel yang digunakan dalam analisis.
- $\sum XY$ adalah jumlah dari perkalian setiap pasangan nilai X dan nilai Y dalam sampel.
- $\sum X$ adalah jumlah dari semua nilai X dalam sampel.
- $\sum Y$ adalah jumlah dari semua nilai Y dalam sampel.
- $\sum X^2$ adalah jumlah dari pangkat dua (kuadrat) dari setiap nilai X dalam sampel.
- $\sum Y^2$ adalah jumlah dari pangkat dua (kuadrat) dari setiap nilai Y dalam sampel.

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.0 for windows dengan kriteria berikut :

1. Jika nilai r -hitung lebih besar dari nilai r -tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid atau memiliki hubungan yang signifikan antara variabelnya.
2. Jika nilai r -hitung lebih kecil dari nilai r -tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid atau tidak memiliki hubungan yang signifikan antara variabelnya.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Uji reliabilitas ini dilakukan pada 100 responden generasi milenial yang pernah berinvestasi di kota Semarang, dengan menggunakan soal yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya. Dengan menggunakan program SPSS 22.0 for windows, variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai koefisien korelasi (r -alpha) positif dan lebih besar dari nilai korelasi tabel (r -tabel), maka pernyataan tersebut dianggap reliabel. Ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diuji.
2. Jika nilai koefisien korelasi (r -alpha) negatif dan lebih kecil dari nilai korelasi tabel (r -tabel), maka pernyataan tersebut dianggap tidak reliabel. Ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diuji.

Selain itu, terdapat juga pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Kriteria yang umum digunakan adalah:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6, maka variabel tersebut dianggap reliabel. Ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat konsistensi yang memadai dalam mengukur konstruk yang diinginkan.
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,6, maka variabel tersebut dianggap tidak reliabel. Ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat konsistensi yang rendah dalam mengukur konstruk yang diinginkan.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak, dilakukan pengujian normalitas. Terdapat dua metode dalam mengidentifikasi apakah data terdistribusi secara normal atau tidak, yaitu dengan menggunakan analisis grafik dan pengujian statistik.

1) Analisis Grafik

Salah satu cara yang mudah untuk memeriksa normalitas residual adalah dengan melihat plot probabilitas normal yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Residual yang terdistribusi secara normal akan membentuk sebuah garis diagonal lurus, dan data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal tersebut. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonal. Secara fundamental, normalitas dapat dideteksi dengan melihat sebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal grafik. Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka asumsi normalitas pada model regresi terpenuhi. Sebaliknya, jika data tersebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti diagonal, maka asumsi normalitas pada model regresi tidak terpenuhi.

2) Analisis Statistik

Pengujian normalitas dengan menggunakan grafik dapat menyesatkan bila tidak dilakukan dengan hati-hati. Walaupun terlihat normal secara grafik, tetapi secara statistik dapat berbeda. Oleh karena itu, selain memakai pemeriksaan diagram, penelitian ini juga memakai pengujian statistik. Untuk menguji normalitas data, penelitian ini menggunakan pemeriksaan Kolmogorov-Smirnov untuk memeriksa signifikansi asimptotik. Apabila probabilitasnya $< 0,05$, distribusi dan model regresi tidak berdistribusi normal. Dengan asumsi penilaian pada pengujian normalitas bila nilai $\text{sig} > \text{nilai } \alpha 5\%$, maka dapat disebutkan bahwa data berdistribusi normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi dianggap baik jika variabel bebas tidak berkorelasi. Variabel bebas dikatakan tidak bersifat orthogonal jika ada hubungan antar variabel bebas tersebut. Variabel bebas yang memiliki nilai korelasi antar variabel sama dengan nol disebut sebagai variabel orthogonal. Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai VIF, jika nilai $\text{VIF} > 10$ maka masih dapat diterima, atau apabila nilai $\text{Tolerance} > 0,1$ maka dikatakan bahwa model regresi bebas multikolinieritas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah model regresi menunjukkan perbedaan pada setiap residual yang diamati. Model regresi yang baik adalah yang memiliki perubahan yang konstan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji glejser adalah salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas pada model regresi. Uji glejser mencoba untuk menarik kembali nilai absolut dari residual variabel independen dalam persamaan regresi. Jika tingkat signifikansi kurang dari 5%, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam studi ini, teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Sebelum melakukan analisis regresi berganda, pengujian uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu. Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menilai hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Tiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengetahuan, persepsi risiko, dan kepercayaan, dengan satu variabel terikat yaitu minat generasi milenial untuk berinvestasi melalui platform crowdfunding syariah.

Persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat berinvestasi

a = konstanta

b₁, b₂, b₃ = koefisien regresi variabel bebas

X₁ = pengetahuan

X₂ = persepsi resiko

X₃ = kepercayaan

e = *Error Term*, tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi determinasi (R) pada dasarnya mengukur sejauh mana kemampuan model independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Skala nilai koefisien determinasi berada pada rentang antara nol (0) hingga satu (1). Apabila nilai R kecil, maka kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen cenderung terbatas. Sebaliknya, nilai R yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independent dapat memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.9.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilaksanakan guna mengevaluasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengaruh suatu variabel bebas dianggap parsial terhadap variabel terikat jika nilai signifikansi pengujian t untuk variabel bebas $< 0,05$. Selain metode tersebut, signifikansi dapat diuji dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Semua variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara bersamaan bila nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Kriteria pengujian uji T yaitu:

- a) Jika nilai t hitung (\pm t-hitung) kurang dari nilai t tabel (\pm t-tabel) atau nilai signifikansi (Sig) lebih besar atau sama dengan 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Ini menunjukkan bahwa tidak ada bukti yang cukup untuk menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b) Jika nilai t hitung (\pm t-hitung) lebih besar dari nilai t tabel (\pm t-tabel) atau nilai signifikansi (Sig) kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Ini menunjukkan bahwa terdapat bukti yang cukup untuk menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

3.9.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menjelaskan apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$, maka semua variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang simultan terhadap variabel terikat. Selain menggunakan metode tersebut, signifikansi uji F juga dapat diuji dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Jika F hitung lebih besar dari F tabel,

maka seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan. Berikut dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima.
- Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak.

Berdasarkan nilai probabilitas (signifikan) dasar

pengambilan keputusan adalah :

- Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima.
- Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden

Subjek yang diambil adalah individu dari generasi milenial yang berada di kota Semarang dengan usia antara 22-41 tahun dan memiliki pengalaman dalam berinvestasi, seperti investasi saham, obligasi, reksadana, dan lain-lain. Kuesioner disebar secara online melalui platform google form, dan terdapat 133 responden yang mengisi kuesioner. Namun, setelah dilakukan seleksi, 33 responden tidak memenuhi kriteria yang ditetapkan. Dari jumlah tersebut, 20 responden bukan merupakan penduduk kota Semarang, 3 responden berusia di bawah 22 tahun atau di atas 40 tahun, dan 10 responden tidak pernah berinvestasi. Oleh karena itu, diperoleh 100 responden yang memenuhi kriteria dan dapat dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini.

Tabel 4.1 Rekapitulasi kuisoner

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Kuesioner yang terisi	133	100%
Tidak masyarakat Kota Semarang	20	15%
Berusia <22 atau >40 tahun	3	2%
Tidak pernah investasi	10	8%
Kuesioner yang dapat digunakan	100	75%

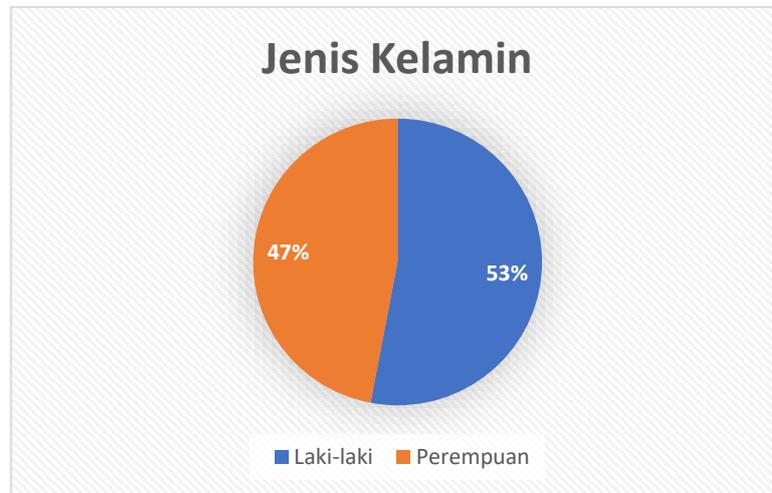
Sumber : data primer diolah, 2023

4.2 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden merupakan hasil dari data pada kuisoner yang mencakup identitas jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Rincian informasi tersebut adalah sebagai berikut:

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel di bawah ini:

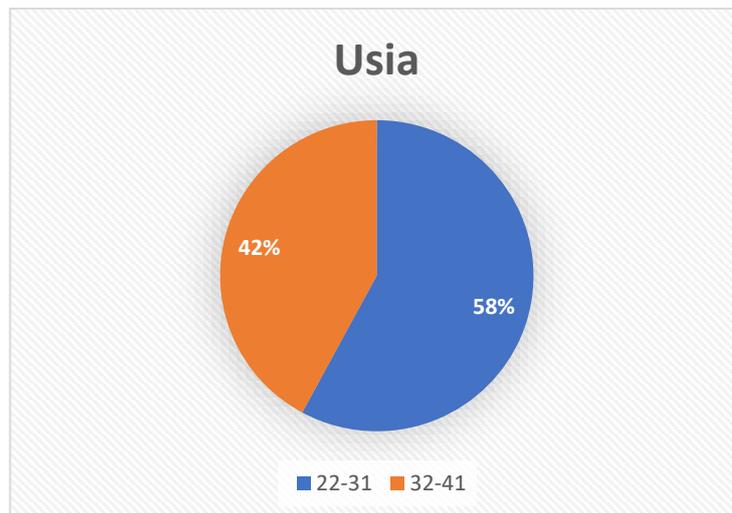
Grafik 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel klasifikasi jenis kelamin yang tertera di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53 responden (53%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 47 responden (47%). Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki, dibandingkan responden perempuan yang memiliki jumlah yang lebih sedikit.

Grafik 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

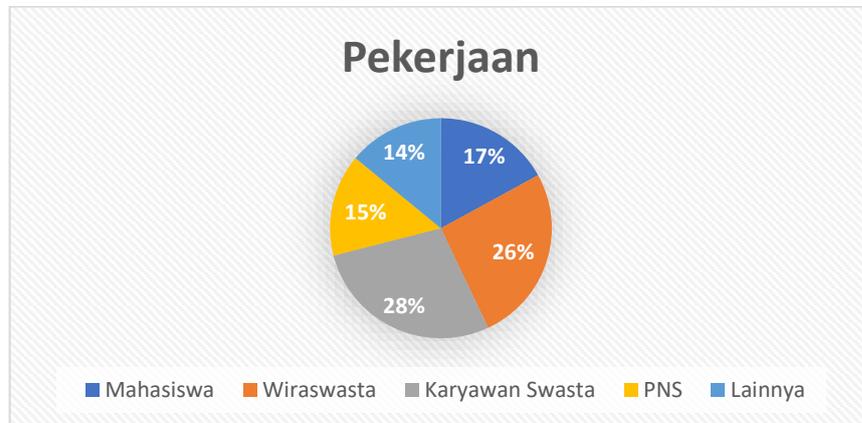


Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan data tabel mengenai usia responden, dapat diketahui bahwa mayoritas dari 100 responden dalam penelitian ini berusia antara 22-31 tahun, yaitu sebanyak 58 responden

(42%), dan usia 32-41 tahun sebanyak 58 responden (41,4%). Hal ini sesuai dengan rentang usia generasi milenial yang mencakup 21-41 tahun.

Grafik 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan data pekerjaan yang tertera di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 26 orang (26%) dan Karyawan Swasta sebanyak 34 orang (28%). Sementara itu, mahasiswa sebanyak 17 (17%) orang, PNS sebanyak 15 (15%) orang, dan lainnya sebanyak 14 (14%).

Grafik 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan



Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan grafik penghasilan responden di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari 100 responden dalam penelitian ini memperoleh penghasilan antara Rp 2.500.000 hingga Rp 3.500.000, dengan jumlah sebanyak 66 responden (66%). Terdapat 15 responden (15%) yang memperoleh penghasilan antara Rp 3.500.000 hingga Rp 5.000.000, sedangkan sisanya

memperoleh penghasilan di bawah Rp 2.500.000 dan di atas Rp 5.000.000, masing-masing dengan jumlah 15 responden (15%) dan 1 responden (1%).

Tabel 4. 2 Crosstab Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin * Usia Crosstabulation

			Usia		Total
			22-31	32-41	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	25	28	53
		% of Total	25,0%	28,0%	53,0%
	Perempuan	Count	33	14	47
		% of Total	33,0%	14,0%	47,0%
Total	Count	58	42	100	
	% of Total	58,0%	42,0%	100,0%	

Sumber

: data primer diolah, 2023

Menurut hasil dari analisis tabulasi silang jenis kelamin dan usia, responden yang memiliki proporsi terbesar adalah perempuan berusia antara 22 sampai 31 tahun sebanyak 33 orang (33%), diikuti oleh laki-laki berusia antara 32 sampai 41 tahun sebanyak 28 orang (28%).

Tabel 4.3 Crosstab Jenis Kelamin dan Pekerjaan

Jenis Kelamin * Pekerjaan Crosstabulation

			Pekerjaan				Total
			Wiraswasta	Karyawan Swasta	PNS	Lainnya	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	13	16	9	15	53
		% of Total	13,0%	16,0%	9,0%	15,0%	53,0%
	Perempuan	Count	13	12	6	16	47
		% of Total	13,0%	12,0%	6,0%	16,0%	47,0%
Total	Count	26	28	15	31	100	
	% of Total	26,0%	28,0%	15,0%	31,0%	100,0%	

Sumber : data primer diolah, 2023

Menurut hasil dari analisis tabulasi silang antara jenis kelamin dan pekerjaan, responden yang memiliki proporsi terbesar adalah laki-laki yang bekerja sebagai karyawan swasta dan perempuan sebagai pekerja lainnya sebanyak 16 orang (16%), diikuti oleh laki-laki yang bekerja lainnya sebanyak 15 orang (15%).

Tabel 4. 4 Crosstab Jenis Kelamin dan Penghasilan

Jenis Kelamin * Penghasilan Crosstabulation

			Penghasilan				Total
			<Rp 2.500.000	Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000	Rp 3.500.000 - Rp 5.000.000	> Rp 5.000.000	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	10	33	10	0	53
		% of Total	10,0%	33,0%	10,0%	0,0%	53,0%
	Perempuan	Count	5	33	8	1	47
		% of Total	5,0%	33,0%	8,0%	1,0%	47,0%
Total		Count	15	66	18	1	100
		% of Total	15,0%	66,0%	18,0%	1,0%	100,0%

Sumber :

data primer diolah, 2023

Menurut hasil dari analisis tabulasi silang antara jenis kelamin dan penghasilan, responden yang memiliki proporsi terbesar adalah laki-laki dan perempuan yang berpenghasilan antara Rp 2.500.000 sampai Rp 3.500.000 sebanyak 33 orang (33%).

Tabel 4.5 Crosstab Usia dan Penghasilan

Usia * Penghasilan Crosstabulation

			Penghasilan				Total
			<Rp 2.500.000	Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000	Rp 3.500.000 - Rp 5.000.000	> Rp 5.000.000	
Usia	22-31	Count	12	36	9	1	58
		% of Total	12,0%	36,0%	9,0%	1,0%	58,0%
	32-41	Count	3	30	9	0	42
		% of Total	3,0%	30,0%	9,0%	0,0%	42,0%
Total		Count	15	66	18	1	100
		% of Total	15,0%	66,0%	18,0%	1,0%	100,0%

Sumber : data primer diolah, 2023

Menurut hasil dari analisis tabulasi silang antara usia dan penghasilan, responden yang memiliki proporsi terbesar adalah usia antara 22 sampai 31 tahun dengan kisaran penghasilan antara Rp 2.500.000 sampai Rp 3.500.000 sebanyak 36 orang (36%), diikuti oleh usia antara usia antara 32-41 tahun sebanyak 30 orang (30%).

Tabel 4.6 Crosstab Usia dan Pekerjaan**Usia * Pekerjaan Crosstabulation**

			Pekerjaan				Total
			Wiraswasta	Karyawan Swasta	PNS	Lainnya	
Usia	22-31	Count	14	17	6	21	58
		% of Total	14,0%	17,0%	6,0%	21,0%	58,0%
	32-41	Count	12	11	9	10	42
		% of Total	12,0%	11,0%	9,0%	10,0%	42,0%
Total		Count	26	28	15	31	100
		% of Total	26,0%	28,0%	15,0%	31,0%	100,0%

Sumber : data primer diolah, 2023

Menurut hasil dari analisis tabulasi silang antara Usia dan pekerjaan, responden yang memiliki proporsi terbesar adalah usia antara 22 sampai 31 tahun yang bekerja sebagai pekerja lainnya sebanyak 21 orang (21%), diikuti oleh karyawan swasta sebanyak 17 orang (17%).

Tabel 4.7 Crosstab Pekerjaan dan Penghasilan**Pekerjaan * Penghasilan Crosstabulation**

			Penghasilan				Total
			<Rp 2.500.000	Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000	Rp 3.500.000 - Rp 5.000.000	> Rp 5.000.000	
Pekerjaan	Wiraswasta	Count	4	17	5	0	26
		% of Total	4,0%	17,0%	5,0%	0,0%	26,0%
	Karyawan Swasta	Count	5	21	2	0	28
		% of Total	5,0%	21,0%	2,0%	0,0%	28,0%
	PNS	Count	1	11	3	0	15
		% of Total	1,0%	11,0%	3,0%	0,0%	15,0%
	Lainnya	Count	5	17	8	1	31
		% of Total	5,0%	17,0%	8,0%	1,0%	31,0%
Total		Count	15	66	18	1	100
		% of Total	15,0%	66,0%	18,0%	1,0%	100,0%

Sumber :

data primer diolah, 2023

Menurut hasil dari analisis tabulasi silang antara pekerjaan dan penghasilan, responden yang memiliki proporsi terbesar adalah karyawan swasta yang berpenghasilan antara Rp 2.500.000 sampai Rp 3.500.000 sebanyak 21 orang (21%), diikuti oleh wiraswasta dan pekerja lainnya dengan masing-masing sebesar 17 orang (17%).

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran dengan 100 responden dari hasil data penelitian, dimana variabel pada penelitian ini adalah pengetahuan, persepsi risiko, kepercayaan dan minat berinvestasi. Deskripsi pada penelitian ini mencakup nilai maksimum, minimum, rata-rata (mean), kisaran teoritis, dan kisaran aktual. Kisaran teoritis mengacu pada nilai minimum dan maksimum yang diharapkan dari instrumen pengukuran untuk setiap variabel.

Sedangkan kisaran aktual merujuk pada nilai minimum dan maksimum yang ditemukan dari data riil yang telah diolah. Untuk menghitung rentang skala, digunakan rumus:

Rentang skala = (maksimum – minimum) / kelas interval

Rentang skala memberikan informasi tentang seberapa besar variasi atau perbedaan antara nilai maksimum dan minimum dalam data.

Tabel 4.8 Statistic deskriptif

Variabel	N	Kisaran teoritis	Kisaran aktual	Rentang skala interval				Keterangan
				Mean	Rendah	Sedang	Tinggi	
X1	100	10-40	12-40	31.92	8 - 18,87	18,88 - 29,33	29,34 - 40	Tinggi
X2	100	19-60	19-60	48.19	12 - 28	28,01 - 44	44 - 60	Tinggi
X3	100	10-40	10-40	30.36	8 - 18,87	18,88 - 29,33	29,34 - 40	Tinggi
Y	100	6-30	9-30	23.61	6 - 14	14,01 - 22	22,01 - 30	Tinggi

Sumber : data primer diolah, 2023

Analisis data pada variabel X1 (pengetahuan), X2 (persepsi risiko), X3 (kepercayaan), dan Y (minat) terkait instrument investasi securities crowdfunding syariah memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat investor dalam berinvestasi.

Berdasarkan data diatas, rata-rata skor pengetahuan (X1) sebesar 31,92 dengan rentang skala interval antara 10 hingga 40. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pengetahuan yang relatif tinggi mengenai instrument investasi securities crowdfunding syariah. Pengetahuan yang memadai tentang instrumen investasi tersebut dapat menjadi faktor penting dalam membentuk minat investor. Ketika investor memiliki pengetahuan yang baik tentang cara kerja instrument investasi tersebut, mereka lebih cenderung tertarik untuk memanfaatkannya sebagai sarana berinvestasi yang potensial.

Selanjutnya, variabel persepsi risiko (X2) menunjukkan rata-rata skor sebesar 48,19 dengan rentang skala interval antara 19 hingga 60. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden memiliki persepsi risiko yang relatif tinggi terhadap instrument investasi securities crowdfunding syariah. Ketika investor memiliki persepsi risiko yang tinggi terkait investasi, mereka mungkin

merasa waspada dan ragu-ragu untuk berinvestasi. Faktor-faktor seperti ketidakpastian dan potensi kerugian dapat mempengaruhi minat investor dalam mengambil keputusan investasi. Oleh karena itu, upaya untuk mengurangi atau mengelola risiko dalam instrument investasi tersebut dapat menjadi kunci penting dalam meningkatkan minat investor.

Selanjutnya, variabel kepercayaan (X3) menunjukkan rata-rata skor sebesar 30,36 dengan rentang skala interval antara 10 hingga 40. Hasil ini menandakan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang relatif tinggi terhadap instrument investasi securities crowdfunding syariah. Kepercayaan yang tinggi terhadap instrumen investasi dapat menciptakan rasa keyakinan dan kenyamanan bagi investor. Kepercayaan ini dapat didasarkan pada reputasi platform, kualitas pengelolaan investasi, dan pemenuhan kewajiban keuangan. Tingginya tingkat kepercayaan dapat mempengaruhi minat investor dalam mengambil risiko dan berinvestasi dalam instrument tersebut.

Terakhir, variabel minat (y) menunjukkan rata-rata skor sebesar 23,61 dengan rentang skala interval antara 6 hingga 30. Hasil ini menggambarkan tingkat minat yang cukup tinggi dari responden terhadap instrument investasi securities crowdfunding syariah. Minat investor merupakan refleksi dari ketertarikan mereka terhadap investasi pada platform tersebut. Faktor-faktor seperti potensi imbal hasil yang menarik, diversifikasi portofolio, dan kesempatan untuk mendukung proyek-proyek yang dianggap bernilai dapat mempengaruhi minat investor dalam berinvestasi.

Tabel 4. 9 Hasil perbandingan uji rata-rata

Demografi		Jumlah	Pengetahuan	Persepsi Resiko	Kepercayaan	Minat
Jenis Kelamin	Laki-laki	53	4.70	4.92	4.55	4.58
	Perempuan	47	4.74	4.98	4.43	4.70
Usia	22-31	58	4.76	4.93	4.52	4.71
	32-41	42	4.67	4.98	4.45	4.55
Pekerjaan	Wiraswasta	26	4.85	5.00	4.58	4.88
	Karyawan Swasta	28	4.64	4.93	4.54	4.57
	PNS	15	4.73	5.00	4.53	4.40
	Lainnya	31	4.68	4.90	4.35	4.61
Penghasilan	<Rp 2.500.000	15	4.80	5.00	4.67	4.93

Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	66	4.67	4.94	4.44	4.56
Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000	18	4.83	4.94	4.50	4.67
> Rp 5.000.000	1	5.00	5.00	5.00	5.00

Sumber : data primer diolah, 2023

Dalam analisis deskriptif data yang disajikan, kita dapat melihat karakteristik responden dan rata-rata skor untuk variabel penelitian yang menjadi fokus.

Berdasarkan data, terdapat 53 responden laki-laki dan 47 responden perempuan. Secara umum, kedua kelompok memiliki tingkat pengetahuan yang hampir seimbang, dengan rata-rata skor pengetahuan sebesar 4.70 untuk laki-laki dan 4.74 untuk perempuan. Selanjutnya, persepsi risiko juga cukup serupa di antara kedua kelompok, dengan rata-rata skor sebesar 4.92 untuk laki-laki dan 4.98 untuk perempuan. Namun, terdapat perbedaan sedikit lebih signifikan dalam kepercayaan, dengan rata-rata skor 4.55 untuk laki-laki dan 4.43 untuk perempuan. Secara keseluruhan, baik laki-laki maupun perempuan menunjukkan minat investasi yang cukup tinggi, dengan rata-rata skor 4.58 untuk laki-laki dan 4.70 untuk perempuan.

Ketika melihat faktor usia, terdapat 58 responden yang berusia antara 22 hingga 31 tahun dan 42 responden berusia antara 32 hingga 41 tahun. Secara umum, tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam pengetahuan, persepsi risiko, kepercayaan, dan minat investasi di antara kedua kelompok usia tersebut. Rata-rata skor pengetahuan adalah 4.76 untuk responden usia 22-31 tahun dan 4.67 untuk responden usia 32-41 tahun. Persepsi risiko rata-rata adalah 4.93 dan 4.98, sedangkan kepercayaan rata-rata adalah 4.52 dan 4.45. Minat investasi rata-rata adalah 4.71 dan 4.55.

Ketika mempertimbangkan pekerjaan responden, terdapat variasi dalam pengetahuan, persepsi risiko, kepercayaan, dan minat investasi di antara kelompok-kelompok pekerjaan tersebut. Namun, tidak ada kelompok pekerjaan yang menonjol sebagai yang memiliki skor yang secara signifikan lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan kelompok lainnya.

Selanjutnya, jika dilihat dari tingkat penghasilan, terdapat kecenderungan bahwa responden dengan penghasilan yang lebih tinggi cenderung memiliki skor yang sedikit lebih tinggi dalam pengetahuan, persepsi risiko, kepercayaan, dan minat investasi. Namun, perbedaan ini tidak signifikan dan hanya terdapat sedikit variasi di antara kelompok penghasilan yang berbeda.

Berdasarkan analisis deskriptif ini, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial di masyarakat Semarang menunjukkan minat investasi yang tinggi dalam platform securities crowdfunding syariah. Meskipun terdapat variasi dalam pengetahuan, persepsi risiko, dan

kepercayaan di antara beberapa kelompok demografi, perbedaan tersebut tidak signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa faktor demografi tidak secara substansial mempengaruhi minat investasi generasi milenial dalam platform tersebut. Temuan ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku industri keuangan dan regulator dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pendekatan yang lebih efektif untuk menarik generasi milenial dalam berinvestasi di platform securities crowdfunding syariah.

4.4 Analisis Data

4.4.1 Uji Validitas

Setelah mengisi setiap kuesioner, dilakukan uji validitas. Tujuan dari pemeriksaan validitas adalah untuk memeriksa apakah item kuesioner yang disebar valid atau tidak. Jika semua kuesioner valid maka semua item tersebut dapat digunakan dan sebaliknya jika item tersebut tidak valid maka item tersebut tidak dapat digunakan. Untuk melihat apakah data yang dikumpulkan melalui kuesioner itu valid atau tidak, dapat dilakukan dengan cara menghubungkan setiap nilai respon untuk setiap variabel kemudian membandingkan penjumlahannya dengan nilai signifikansi 0,05 (5%).

Tabel 4.10 Hasil uji validitas variabel pengetahuan

Item pertanyaan	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Keterangan
X1_1	0.836	0.1966	Valid
X1_2	0.860	0.1966	Valid
X1_3	0.858	0.1966	Valid
X1_4	0.847	0.1966	Valid
X1_5	0.815	0.1966	Valid
X1_6	0.773	0.1966	Valid
X1_7	0.792	0.196	Valid
X1_8	0.714	0.196	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Melihat tabel data hasil uji validitas variabel pengetahuan di atas, dapat dilihat bahwa semua kuesioner variabel yang terdiri dari X1.1 - X1.8. dapat melihat bahwa semua variabel menghasilkan nilai r hitung > r tabel. Berdasarkan hasil observasi dari tabel R, diperoleh nilai sampel (N) = (alfa, n-2) atau (100-2) = 98 dengan nilai signifikansi 0,05 maka didapat r table 0,1966. Artinya semua instrumen telah tervalidasi.

Tabel 4.11 Hasil uji validitas variabel persepsi resiko

Item pertanyaan	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Keterangan
X2_1	0.775	0.1966	Valid
X2_2	0.786	0.1966	Valid
X2_3	0.794	0.1966	Valid
X2_4	0.79	0.1966	Valid
X2_5	0.711	0.1966	Valid
X2_6	0.785	0.1966	Valid
X2_7	0.727	0.1966	Valid
X2_8	0.779	0.1966	Valid
X2_9	0.746	0.1966	Valid
X2_10	0.798	0.1966	Valid
X2_11	0.725	0.1966	Valid
X2_12	0.687	0.1966	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Melihat tabel data hasil uji validitas variabel persepsi resiko di atas, dapat dilihat bahwa semua kuesioner variabel yang terdiri dari X2.1 – X2.12. dapat dilihat bahwa semua variabel menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan hasil observasi dari tabel R, diperoleh nilai sampel $(N) = (\text{alfa}, n-2)$ atau $(100-2) = 98$ dengan nilai signifikansi 0,05 maka didapat r table 0,1966. Artinya semua instrumen telah tervalidasi.

Tabel 4.12 Hasil uji validitas variabel Kepercayaan

Item pertanyaan	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Keterangan
X3_1	0.784	0.195	Valid
X3_2	0.83	0.195	Valid
X3_3	0.893	0.195	Valid
X3_4	0.846	0.195	Valid
X3_5	0.897	0.195	Valid
X3_6	0.882	0.195	Valid
X3_7	0.874	0.195	Valid
X3_8	0.795	0.195	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Melihat tabel data hasil uji validitas variabel kepercayaan di atas, dapat dilihat bahwa semua kuesioner variabel yang terdiri dari X1.1 - X1.8. dapat dilihat bahwa semua variabel menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan hasil observasi dari tabel R, diperoleh nilai sampel $(N) = (n - 2)$ atau $(100 - 2) = 98$ dengan nilai signifikansi 0,05 maka didapat r table 0,1966. Artinya semua instrumen telah tervalidasi

Tabel 4.13 Hasil uji validitas variabel Minat investasi

Item pertanyaan	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Keterangan
Y1	0.781	0.1966	Valid
Y2	0.843	0.1966	Valid
Y3	0.844	0.1966	Valid
Y4	0.862	0.1966	Valid
Y5	0.862	0.1966	Valid
Y6	0.761	0.1966	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Melihat tabel data hasil uji validitas variabel kepercayaan di atas, dapat dilihat bahwa semua kuesioner variabel yang terdiri dari Y1 - Y8. dapat dilihat bahwa semua variabel menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan hasil observasi dari tabel R, diperoleh nilai sampel $(N) = (n - 2)$ atau $(100 - 2) = 98$ dengan nilai signifikansi 0,05 maka didapat r table 0,1966. Artinya semua instrumen telah tervalidasi.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran data yang stabil dan konsisten dalam menjawab tanggapan responden terhadap rumusan pertanyaan. Dalam hal variabel berupa kuisoner, uji reliabilitas dilakukan secara simultan untuk semua item. Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21 untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik Cronbach's alpha, dimana karakteristik variabel dianggap reliabel jika menghasilkan Cronbach's alpha $>$ 0,60

Tabel 4.14 Hasil uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reabilitas	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0.925	0.6	Reliabel
Persepsi Resiko (X2)	0.930	0.6	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0.945	0.6	Reliabel

Minat Berinvestasi	0.905	0.6	Reliabel
--------------------	-------	-----	----------

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan output hasil uji reliabilitas, ditemukan semua hasil Variabel Pengetahuan (X1), Persepsi Resiko (X2), Kepercayaan (X3) dan Minat Investasi (Y) mendapat skor Cronbach alpha > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini reliabel.

4.5 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam konteks pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa normalitas tentunya merupakan pengujian apakah variabel dalam suatu penelitian itu normal atau tidak. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan Kolmogoro-Smirnov dengan kurva grafik P-Plot.

Kolmogorov-Smirnov memiliki kriteria pengambilan keputusan, antara lain:

- 1) Jika signifikansinya < 0,05, maka data tersebut berdistribusi anomali.
- 2) Jika signifikansi > 0,05, maka data berdistribusi normal.

Tabel 4.15 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,98142769
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,058
	Negative	-,087
Kolmogorov-Smirnov Z		,866
Asymp. Sig. (2-tailed)		,441

a. Test distribution is Normal.

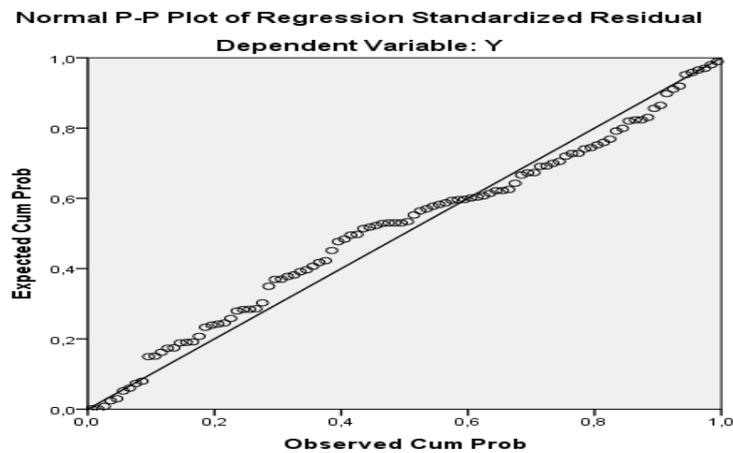
b. Calculated from data.

Sumber : data primer diolah, 2023

Melihat tabel data hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov di atas, data yang diuji diketahui berdistribusi normal dengan membuktikan semua nilai signifikan yang terdapat pada variabel pengetahuan (X1), persepsi risiko (X2). keyakinan (X3) dan minat berinvestasi (Y) sebesar 0,441 atau lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Selain itu, untuk melihat apakah data yang diuji normal atau tidak, dapat menggunakan uji

grafik P-plot. Dikatakan normal bila data (titik) yang terdistribusi berada disekitar diagonal atau mengikuti arah garis.

Gambar 4. 1 Uji normalitas



Sumber : data primer diolah, 2023

Dilihat dari grafik P-plot di atas, dapat dikatakan bahwa titik-titik atau data pengamatan tersebut tersebar disekitar diagonal (analisis) dan mengikuti arah diagonal. Hal ini berarti bahwa pola tersebut terdistribusi secara normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini digunakan untuk melihat model regresi dimana terdapat korelasi antar variabel independen. Uji ini dapat membantu peneliti menemukan atau mengidentifikasi variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen.

Untuk memvisualisasikan model regresi ada tidaknya multikolinieritas, peneliti dapat melihat beberapa hal, antara lain:

Jika nilai VIF < 10 maka model regresi dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Jika nilai VIF > 10 maka model regresi dikatakan terjadi multikolinieritas

Apabila nilai Tolerance $> 0,1$ maka dikatakan bahwa model regresi bebas multikolinieritas.

Apabila nilai Tolerance $< 0,1$ maka dikatakan bahwa model regresi bebas multikolinieritas.

Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,497	1,754		,854	,395		
X1	,162	,081	,195	2,004	,048	,362	2,766
X2	,151	,062	,253	2,422	,017	,315	3,173
X3	,318	,061	,454	5,223	,000	,455	2,199

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer diolah, 2023

Melihat data hasil uji multikolinier di atas, nilai VIF variable pengetahuan diperoleh sebesar 2,413. Selanjutnya nilai VIF variabel persepsi risiko sebesar 3,173, dan nilai VIF variabel kepercayaan sebesar 2,317. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel di atas tidak menunjukkan multikolinieritas karena nilai VIF kurang dari 10. Selain itu, dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas, dibuktikan dengan nilai tolerance semua variabel di atas lebih besar dari 0,1. Oleh karena itu dalam penelitian ini terbebas multikolinieritas.

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini untuk memeriksa apakah terdapat penyimpangan dari asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu penyimpangan varian residual dari semua model regresi yang diamati. Hal ini dapat dikatakan baik jika model regresi menghindari heteroskedastisitas.

Pada penelitian ini, penulis melakukan uji heteroskedastisitas yang lain yaitu uji Glaser dengan meregresi residual variabel bebas.

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

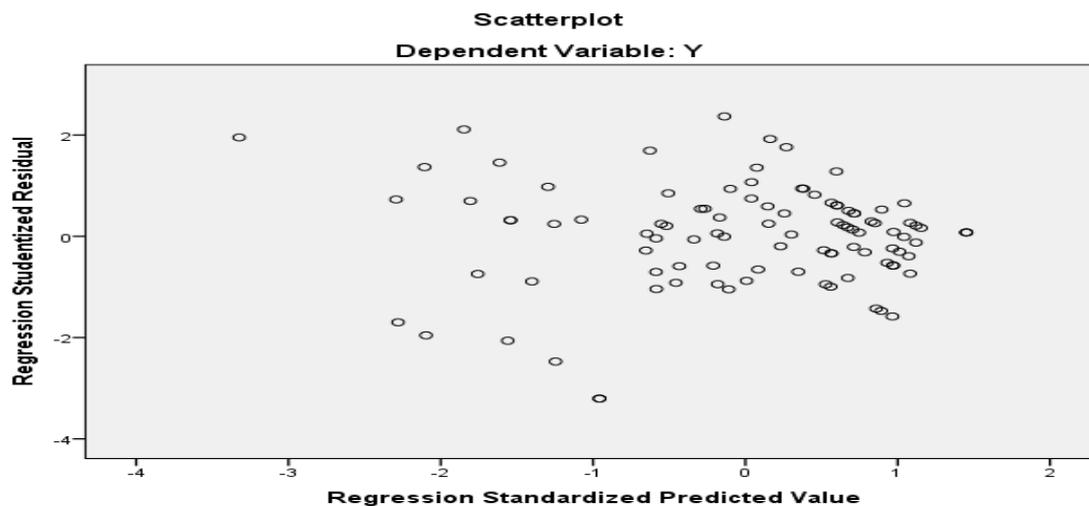
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,755	1,052		6,419	,000
X1	,011	,048	,034	,223	,824
X2	-,059	,037	-,256	-1,571	,119
X3	-,068	,037	-,252	-1,858	,066

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber : data primer diolah, 2023

Dengan menggunakan data hasil uji heteroskedastisitas yang ada, diperoleh nilai signifikansi variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,469 dan variabel persepsi risiko (X2) sebesar 0,373. Kepercayaan diri (X3) sebesar 0,068 dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Ini berarti bahwa model regresi pengetahuan, persepsi resiko dan kepercayaan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Gambar 4.2 Grafik scatterplot



Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil grafik di atas terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas atau teratur. Titik-titik tersebut tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat tanda heteroskedastisitas pada model regresi linier.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen yang lebih dari satu terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, variabel dependen hanya ada satu, sedangkan variabel independennya ada tiga.

Tabel 4 .14 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,497	1,754		,854	,395
	X1	,162	,081	,195	2,004	,048
	X2	,151	,062	,253	2,422	,017
	X3	,318	,061	,454	5,223	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,497 + 0,162 X1 + 0,151 X2 + 0,318 X3 + e$$

Dalam persamaan tersebut, Y merupakan variabel dependen atau variabel yang ingin diprediksi, sedangkan X1, X2, dan X3 adalah variabel independen yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

1. Konstanta:

- Nilai konstanta sebesar 1,497 menunjukkan bahwa jika nilai pengetahuan (X1), persepsi risiko (X2), dan kepercayaan (X3) adalah nol, maka minat berinvestasi memiliki nilai konstan sebesar 1,497.
- Koefisien variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,162 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit dalam nilai pengetahuan akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 0,162.
- Koefisien variabel persepsi risiko (X2) sebesar 0,151 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit dalam nilai persepsi risiko akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 0,151.
- Koefisien variabel kepercayaan (X3) sebesar 0,318 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit dalam nilai kepercayaan akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 0,318.

2. Variabel pengetahuan (X1):

- Koefisien regresi sebesar 0,162 yang bernilai positif menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi.
- Nilai signifikansi (p-value) yang lebih kecil dari 0,05 (0,048) menunjukkan bahwa pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat berinvestasi signifikan secara statistik.

3. Variabel persepsi risiko (X2):

- Koefisien regresi sebesar 0,151 yang bernilai positif menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi.
- Nilai signifikansi (p-value) yang lebih kecil dari 0,05 (0,017) menunjukkan bahwa pengaruh variabel persepsi risiko terhadap minat berinvestasi signifikan secara statistik.

4. Variabel kepercayaan (X3):

- Koefisien regresi sebesar 0,318 yang bernilai positif menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi.
- Nilai signifikansi (p-value) yang lebih kecil dari 0,05 (0,000) menunjukkan bahwa pengaruh variabel kepercayaan terhadap minat berinvestasi signifikan secara statistik.

4.6.2 Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi pada dasarnya mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi bekerja dengan menggunakan *Adjusted R Square* untuk menjelaskan bagaimana kemampuan pengetahuan, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap minat generasi milenial berinvestasi. Hasil penelitian terhadap faktor determinasi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,818 ^a	,670	,660

Sumber : data primer diolah, 2023

Melihat tabel data hasil pengujian koefisien determinasi di atas menunjukkan nilai R-squared (R²) sebesar 0,693 atau 67%. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh dari variabel independen yaitu pengetahuan (X1), persepsi risiko (X2) dan kepercayaan (X3), terhadap minat berinvestasi di sekuritas crowdfunding syariah sebesar 67,%. Dan sisanya sebesar 0,33 atau 33% di jelaskan variabel lain di luar model penelitian ini.

4.6.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau ANOVA bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini digunakan SPSS versi 21 untuk uji F. Kriteria pengambilan keputusan uji F pada penelitian ini adalah perbandingan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Jika angka F lebih besar dari F tabel, maka hipotesis diterima. Nilai dalam F tabel dapat diambil dari; $df_1 (N_1) = k-1 = 3-1 = 4$, $df_2 (N_2) = 100-3 = 97$, $F = 3,090$ Berikut hasil uji F untuk penelitian ini:

Tabel 4.18 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1785,788	3	595,263	64,938	,000 ^b
	Residual	880,002	96	9,167		
	Total	2665,790	99			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber : data primer diolah, 2023

Dilihat tabel data hasil Uji F yang diatas, n diperoleh nilai F hitung sebesar $64,938 > F$ tabel sebesar 3,090 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent antara lain pengetahuan (X1), persepsi risiko (X2), dan

kepercayaan (X3) berpengaruh simultan (bersama-sama) terhadap minat berinvestasi di securities crowdfunding syariah.

4.6.4 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menentukan secara individual pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria evaluasi uji-t menggunakan nilai t-tabel, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti variabel X berpengaruh terhadap Y. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Diketahui tabel t untuk $df = n-3$ yaitu $df = 100-3 = 97$ dan taraf signifikansi (α) = 0,05, menghasilkan t-tabel sebesar 1,988.

Tabel 4.19 Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,497	1,754		,854	,395
	X1	,162	,081	,195	2,004	,048
	X2	,151	,062	,253	2,422	,017
	X3	,318	,061	,454	5,223	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer diolah, 2023

Dilihat tabel data hasil Uji t diatas menunjukkan bahwa :

H1 : Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial berinvestasi menggunakan securities Crowdfunding Syariah.

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,004 dengan signifikansi t variabel pengetahuan sebesar 0,048. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai alpha yang ditetapkan sebesar 0,05. Selain itu, nilai t hitung (2,723) juga lebih besar dari nilai t tabel (1,984) dengan signifikansi lebih kecil dari alpha. Selain itu, nilai beta dari koefisien regresi sebesar 0,162 menunjukkan adanya pengaruh positif. Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi menggunakan securities crowdfunding syariah.

H2 : Variabel persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial berinvestasi menggunakan securities Crowdfunding Syariah.

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,422 dengan signifikansi t variabel persepsi resiko sebesar 0,017. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai alpha yang ditetapkan sebesar 0,05. Selain itu, nilai t hitung (2,422) juga lebih besar dari nilai t tabel (1,984) dengan signifikansi lebih kecil dari alpha.

Selain itu, nilai beta dari koefisien regresi sebesar 0,151 menunjukkan adanya pengaruh positif. Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel persepsi resiko (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi menggunakan securities crowdfunding syariah.

H3 : Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial berinvestasi menggunakan securities Crowdfunding Syariah.

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 5,223 dengan signifikansi t variabel kepercayaan sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai alpha yang ditetapkan sebesar 0,05. Selain itu, nilai t hitung (5,223) juga lebih besar dari nilai t tabel (1,984) dengan signifikansi lebih kecil dari alpha. Selain itu, nilai beta dari koefisien regresi sebesar 0,318 menunjukkan adanya pengaruh positif. Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H3 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel kepercayaan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi menggunakan securities crowdfunding syariah.

4.7 Pembahasan

Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan melalui link google form ke generasi milenial di kota Semarang. Kemudian data yang dikumpulkan, diolah dan dianalisis dan diperoleh hasil sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Investasi

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi menggunakan metode securities crowdfunding syariah. Hal ini didasarkan pada nilai signifikansi variabel pengetahuan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,008 < 0,05$) dan koefisien regresi yang memiliki nilai positif sebesar 0,192. Selain itu, nilai t hitung (2,723) juga lebih besar dari t tabel (1,984).

Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi memiliki dampak yang signifikan dalam mempengaruhi minat generasi milenial untuk berinvestasi melalui securities crowdfunding

syariah. Artinya, semakin tinggi pengetahuan investasi yang dimiliki oleh generasi milenial, semakin besar minat mereka untuk berinvestasi menggunakan metode tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa adanya pengetahuan yang memadai pada generasi milenial dapat mendorong mereka untuk terlibat dalam kegiatan investasi yang menggunakan prinsip syariah melalui securities crowdfunding syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chairunnisa (2018), bahwasanya pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap motivasi berinvestasi. Hal ini berdasarkan pada *p-value* pengetahuan sebesar 0,0288 serta koefisien jalur sebesar 0,5355. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan (Naldi and Muljaningsih 2022; Nabilla and Shofawati 2022) bahwasanya pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Pengetahuan yang memadai memang merupakan faktor penting dalam menciptakan nilai dan keuntungan, serta mengelola risiko dalam berinvestasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan temuan yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Shafira Mauliya (2022), yaitu pengetahuan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi pada Fintech lending syariah. Hal ini berarti bahwa meskipun masyarakat sudah memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai investasi tersebut, hal tersebut tidak mampu mempengaruhi minat masyarakat untuk berinvestasi.

4.7.2 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi

Persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi menggunakan metode securities crowdfunding syariah. Hal ini berdasarkan pada nilai signifikansi variabel persepsi resiko lebih kecil dari 0,05 ($0,017 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,151, sedangkan nilai *t* hitung sebesar 2,422 lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,984 ($2,422 > 1,984$).

Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi risiko memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat generasi milenial untuk berinvestasi melalui securities crowdfunding syariah. Generasi milenial cenderung mempertimbangkan risiko dan keuntungan sebelum mereka memutuskan untuk berinvestasi dalam metode ini. Dengan adanya persepsi risiko yang kuat pada generasi milenial, hal ini dapat mendorong minat mereka untuk berinvestasi melalui securities crowdfunding syariah. Penelitian ini memberikan pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial dalam berinvestasi dan dapat menjadi acuan penting bagi para pelaku industri keuangan syariah dalam mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi milenial.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya (Novia et al. 2023) yang menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z melalui platform digital. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis ketiga menggunakan SmartPLS 4 menunjukkan bahwa koefisien regresi antara persepsi risiko dan minat investasi generasi Z memiliki nilai sebesar 0,394 dengan nilai yang positif, dan nilai p-value sebesar 0,003 ($< 0,025$). Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z sebagai investor mempertimbangkan konsekuensi dan risiko yang dapat mereka hadapi sebelum melakukan investasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan temuan yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Reno Betari Anjani (2021), yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi di pasar modal. Dalam penelitian ini, variabel persepsi risiko memiliki nilai t hitung dan signifikansi sebesar 1,575 dan 0,119, yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel persepsi risiko lebih besar dari 0,05 ($0,119 > 0,05$). Selain itu, nilai t hitung juga lebih kecil dari t tabel, yaitu $1,575 < 1,985$. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afif (2021), Dewi (2020), dan Ranti (2023), yang juga menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun imbal hasil investasi yang berisiko tinggi, hal tersebut tidak meningkatkan minat investasi. Risiko investasi yang tidak pasti di masa depan, kerentanan terhadap kerugian, penurunan harga, dan risiko kebangkrutan dapat menciptakan trauma dan kecemasan bagi calon investor.

4.7.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Investasi

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi menggunakan metode securities crowdfunding syariah. Temuan ini didasarkan pada nilai signifikansi variabel kepercayaan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi yang memiliki nilai positif sebesar 0,318. Selain itu, nilai t hitung sebesar 5,223 juga lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 ($5,223 > 1,984$), yang menunjukkan pengaruh secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam membentuk minat generasi milenial untuk berinvestasi melalui securities crowdfunding syariah. Generasi milenial cenderung memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap metode ini, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi. Kepercayaan yang kuat pada metode securities crowdfunding syariah dapat menjadi faktor penting yang mendorong minat generasi milenial dalam berinvestasi.

Temuan ini memberikan pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial dalam berinvestasi dan penting bagi pelaku industri

keuangan syariah untuk membangun kepercayaan yang kuat dalam hal ini. Dengan memperkuat kepercayaan generasi milenial terhadap metode securities crowdfunding syariah, dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam investasi syariah dan mendorong pertumbuhan sektor ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisa (2021) kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat investasi saham syariah Hasil pengujian menggunakan PLS menunjukkan bahwa koefisien path pada persepsi kepercayaan terhadap minat investasi syariah 0.160 dan nilai p value $0,047 < \alpha$ sebesar 0,05. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Shafira Mauliya dan Nurul Hasanah (2022), Hendri Rahmayani Asri (2022), dan Dalilatiyani (2020) bahwasanya Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi. Kepercayaan adalah variabel yang penting dalam investasi pada securities crowdfunding syariah. Perusahaan penerbit perlu menjaga kepercayaan investor dengan menjaga kredibilitas, keamanan, kerahasiaan data, dan berkomunikasi secara transparan. Dengan demikian, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan investor dan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi investasi yang berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian teoritis serta penelitian yang telah dilakukan dalam penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi di Securities Crowdfunding Syariah” maka secara garis besar dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variable pengetahuan, persepsi risiko, dan kepercayaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat generasi milenial berinvestasi di securities crowdfunding syariah.
2. Variabel pengetahuan berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) memiliki nilai t hitung sebesar 2,723 lebih besar dari nilai t tabel 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial berinvestasi di securities crowdfunding syariah. Artinya jika variabel pengetahuan ditingkatkan maka akan meningkatkan minat berinvestasi.
3. Variabel persepsi risiko berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) memiliki nilai t hitung sebesar 2,422 lebih kecil dari nilai t tabel 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,017 > 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial berinvestasi di securities crowdfunding syariah. Artinya jika variabel persepsi risiko ditingkatkan maka akan meningkatkan minat berinvestasi akan meningkat.
4. Variabel kepercayaan berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) memiliki nilai t hitung sebesar 6,083 lebih kecil dari nilai t tabel 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial berinvestasi di securities crowdfunding syariah. Artinya jika variabel kepercayaan ditingkatkan maka akan meningkatkan minat berinvestasi akan meningkat.

5.2 Saran

1. Bagi para peneliti, penelitian ini kiranya dapat menjadi bahan referensi dan acuan untuk penelitian selanjutnya. Sekaligus menjadi sumber ide baru dalam proses pembelajaran.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel independen yang lebih relevan untuk menarik minat investor berinvestasi di securities crowdfunding syariah. Karena dalam penelitian ini masih terdapat 30,7% variabel lain di luar model yang mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, penambahan variabel yang berbeda juga bertujuan untuk memperkaya kajian dalam dunia ekonomi.
3. Diharapkan pemerintah dan perusahaan securities crowdfunding Syariah terus mengkampanyekan dan mensosialisasikan pentingnya investasi securities crowdfunding syariah baik melalui kursus maupun di media sosial, sehingga lebih memahami investasi securities crowdfunding syariah yang akan dilakukan. Sehingga berbanding lurus dengan persentase investor yang berinvestasi pada model investasi securities crowdfunding syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Lailatul Nur. 2022. "DETERMINAN PERILAKU INVESTOR DALAM MENGADOPSI PLATFORM SECURITIES CROWDFUNDING SYARIAH DI INDONESIA." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA.
- AFTECH. 2021. "Annual Members Survey 2021." *Fintech Indonesia*, 1–59.
- Agriyanto, Ratno, Nur Fatoni, Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, Mohammad Irfan, and Husnurrosyidah Husnurrosyidah. 2022. "THE BEHAVIOR OF BANKERS TOWARDS PROFIT AND LOSS SHARING CONTRACTS: A Modified Theory of Planned Behavior Approach." *ULUL ALBAB Jurnal Studi Islam* 23 (2): 208–27. <https://doi.org/10.18860/ua.v23i2.17038>.
- Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jogokaryan MJ III/503 Mantrijeron Yogyakarta: PANDIVA BuKu.
- Aliyudin, Rizal Sukma. 2020. "PERAN FINANCIAL TECHNOLOGY DALAM MENINGKATKAN" 1.
- APJII. 2022. "Profil Internet Indonesia 2022." *Apji.or.Od*, no. June: 10. apji.or.id.
- Badan Pusat Statistik. 2022. "Badan Pusat Statistik." 2022. <https://www.bps.go.id/indicator/6/715/1/jumlah-penduduk-usia-15-tahun-ke-atas-menurut-golongan-umur.html>.
- Ballell, Teresa Rodríguez De Las Heras. 2013. "El Crowdfunding: Una Forma De Financiación Colectiva, Colaborativa Y Participativa De Proyectos." *Revista Pensar En Derecho*, 101–23.
- Berkup, Sezin Baysal. 2014. "Working with Generations X and Y In Generation Z Period: Management of Different Generations in Business Life." *Mediterranean Journal of Social Sciences* 5 (19): 218–29. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>.
- Bosnjak, Michael, Icek Ajzen, and Peter Schmidt. 2020. "The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications." *Europe's Journal of Psychology* 16 (3): 352–56. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>.
- Carlson, Elwood. 2008. *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4020-8541-3>.
- Chairunisa. 2018. *Pengetahuan, Kepercayaan, Informasi Dan Teknologi Yang Mempengaruhi Motivasi Masyarakat Dalam Investasi Menggunakan Crowdfunding Syariah*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41199/1/CHAIRUNISA-FEB.pdf>.
- Cumming, Douglas J., Sofia A. Johan, and Yelin Zhang. 2019. "The Role of Due Diligence in Crowdfunding Platforms." *Journal of Banking & Finance* 108 (November): 105661. <https://doi.org/10.1016/J.JBANKFIN.2019.105661>.
- Dewi, Windy Rosdiana Kusuma. 2018. "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko Dan Toleransi Risiko Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Masyarakat Surabaya." *Journal of Business and Banking* 5 (2): 1–17.
- Dila Rukmi Octaviana, Reza Aditya Ramadhani. 2021. "Pengetahuan (Knowledge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat Dan Agama Dila" 5 (2): 143–59.
- Divia Zulianti, Nurbaiti. 2022. "PELUANG SECURITIES CROWDFUNDING SEBAGAI METODE PENDANAAN BISNIS UMKM DITENGAH PANDEMI DI INDONESIA."

- DSN MUI No.140/DSN-MUI/VIII. 2021. "PENAWARAN EFEK SYARIAH MELALUI LAYANAN URUN DANA BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH, (ISLAMIC SECURITIES CROWDFUNDING)," no. 19.
- Dunn, M. G., Murphy, P. E., & Skelly, G. U. 2014. "The Influence of Perceived Risk on Brand Preference for Supermarket Products.," 355–66.
- Eljunusi, Rahman El Junusi. 2009. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK ISLAM, KOMITMEN AGAMA, KUALITAS JASA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH (PADA BANK MUAMALAT KOTA SEMARANG)," no. February.
- Fahmi, Nasrul, Zaki Fuadi, Dessy Noor Farida, and Naili Saadah. 2020. "Empathy or Self-Credibility? An Empirical Study of Intentions to Donate through Social Crowdfunding Using the UTAUT Model Empathy or Self-Credibility? An Empirical Study of Intentions to Donate through Social Crowdfunding Using the UTAUT Model," no. January. <https://doi.org/10.4108/eai.21-9-2019.2293953>.
- Fahreza, Muhammad, and Ngadiono Surip. 2018. "Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Investasi Saham." *Jurnal SWOT* VIII (2): 346–61.
- Fernandes, Hocelayne Paulino. 2014. "PENGARUH MOTIVASI TERHADAP MINAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL DENGAN PEMAHAMAN INVESTASI DAN USIA SEBAGAI VARIABEL MODERAT" 1 (2): 139.
- Firmansyah, Dr.M.Anang. 2018. "Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen)." *Jurnal Agora* 5 No. (september): 5–299. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2020. *Buku Komunikasi Pemasaran*.
- Fuadi, Nasrul Fahmi Zaki, Baidi Bukhari, and Shovia Indah Firdiyanti. 2022. "Halal Marketplace: The Influence of Attitude, Subjective Norms, and Perceived Behavior Control on Purchase Intention of Muslim Consumers." *Shirkah: Journal of Economics and Business* 7 (1): 100–112. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v7i1.451>.
- Google, Temasek, Bain dan, and Company. 2022. "Indonesia E-Conomy Sea 2022."
- Gu, Y, and S H L Yim. 2016. "The Air Quality and Health Impacts of Domestic Trans-Boundary Pollution in Various Regions of China." *Environment International* 97: 117–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.envint.2016.08.004>.
- Halim, Abdul. 2005. *Analisis Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, Jogiyanto. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Hassan, M, Abu Hassan Abu Bakar, Arman Abdul Razak, Mohamad Nizam Yusof, and Nurkhuraishah Karim. 2011. "Factors Determining Growth of Companies: A Study on Construction Companies in Malaysia." *African Journal of Business Management* 5 (September): 8753–62. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.1142>.
- Howe, Neil, and William Strauss. 2009. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. www.fourthturning.com.

- Hwang Nak-jin, Lee So-Young. 2020. "A Study on Participation Intention and Herd Behavior on Domestic Securities Type Crowdfunding Investors: Focusing on the Theory of Planned Behavior" 15 (2): 1–18.
- Idn Research Institute. 2022. *Indonesia Millennial Report 2022*.
- Indah Budiati, SST, M.Si dkk. 2018. *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Yogyakarta: BPFE.
- International Monetary Fund. 2009. "Handbook on Securities Statistics." *Handbook on Securities Statistics*, no. May. <https://doi.org/10.5089/9781498388313.069>.
- Iqbal, Hasan. 2002. *Pokok Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghia Indonesia.
- Jakpat Survey Report. 2022. "Investment Trend."
- Kazaure, Mansur Ahmed, Abdul Rashid Abdullah, Dahlia Binti Zawawi, and Amer Hamzah. 2021. "Determinants of SMEs Intention to Adopt Islamic Crowdfunding Model in Northwestern Nigeria." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 12 (2): 204–17. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2019-0234>.
- KBBI. 2022. "Hasil Pencarian URUN DANA - KBBI Daring." 2022. [https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/urun dana](https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/urun%20dana).
- Kemendagri. 2022. "Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada 2022." 2022. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-2022>.
- Kemenkeu. 2022. "Presiden Sebut Tiga Fokus Utama Transformasi Digital Global." Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2022. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Presiden-Sebut-Tiga-Fokus-Utama-Transformasi>.
- Kemenkopukm. 2022. "Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah - Kemenkopukm.Go.Id." 2022. <https://kemenkopukm.go.id/kumkm-dalam-angka/?type=indikator-umkm&sub=0>.
- Khan, Mohammad Tariqul Islam. 2022. "Determinants and Preferences for a Crowdfunding Project." *Future Business Journal* 8 (1). <https://doi.org/10.1186/s43093-022-00121-z>.
- KNEKS. 2022a. *Modul Securities Crowdfunding (SCF) Syariah Untuk Investor*.
- . 2022b. *Modul Securities Crowdfunding (SCF) Syariah Untuk Penerbit*.
- . 2022c. "PENGEMBANGAN EKOSISTEM SECURITIES CROWDFUNDING."
- Kominfo. 2019. "Perkembangan Ekonomi Digital Di." *Jurnal Ekonomi Digital* 3 (2): 21–27.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- KSEI. 2022. "Statistik Pasar Modal Indonesia," 1–6.
- Limanseto, Haryo. 2022. "Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah." *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*, 1–2. www.ekon.go.id.

- Lypsey. 1997. *Pengantar Makroekonomi*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Made, Ni, Nila Febrianti, and Gede Sri Darma. 2023. "Millennials ' Intention to Invest through Securities Crowdfunding Platform" 5 (1).
- Mahmud., Dimiyati. 2001. *Psikologi Suatu Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Mai Yuliza, and Sinta Sila Yeneti. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Journal of Social and Economics Research* 4 (1): 068–080. <https://doi.org/10.54783/jser.v4i1.40>.
- Majid, Rifaldi, and Rizky Aditya. 2022. "MSMEs and Islamic Securities Crowdfunding : The Importance of Financial Literacy" 1 (2): 281–304.
- Majid, Rifaldi, and Rizky Aditya Nugraha. 2022. "CROWDFUNDING AND ISLAMIC SECURITIES : " 8 (1): 89–112.
- MAULIDA, FIKA RIZQI. 2020. "PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI , MODAL MINIMUM INVESTASI , MOTIVASI , RETURN DAN RESIKO TERHADAP MINAT INVESTASI DIPASAR."
- Mauliya, Shafira, and Nurul Hasanah. 2022. "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Return Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Pada Fintech Lending Syariah." *Seminar Nasional Akuntansi Dan* <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5700%0Ahttps://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/viewFile/5700/2725>.
- Mollick, Ethan. 2014. "The Dynamics of Crowdfunding : An Exploratory Study Journal of Business Venturing The Dynamics of Crowdfunding : An Exploratory Study ☆ , ☆☆." *Journal of Business Venturing* 29 (1): 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>.
- Mowen, J.C., dan Minor, M. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nabilla, Zakky Jihan, and Atina Shofawati. 2022. "Is That Financial Knowledge , Investment Experience , and Project Advertisement Have Any Influence o n Students ' Investment Intention in Sharia Crowdfunding ? Pengetahuan Keuangan , Pengalaman Investasi , Dan Iklan Proyek Berpengaruhkah 72–260 :(2) 9 " ن و ل م ع ت ا م . <https://doi.org/10.20473/vol9iss20222pp260-272>.
- Naldi, Gio Alpri, and Sri Muljaningsih. 2022. "Pengaruh Motivasi, Persepsi Risiko, Pengetahuan Terhadap Investasi Pada UMKM Melalui Platform Securities Crowdfunding." *Islamic Economic and Finance in Focus* 1 (1): 50–60.
- Nisa, Aling Mukaromatun, and Amalia Nuril hidayati. 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)* Vol. 4 (1): p.28. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1676>.
- Noble, Stephanie M, and Charles D Schewe. 2003. "Cohort Segmentation: An Exploration of Its Validity." *Journal of Business Research* 56: 979–87. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00268-0](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00268-0).
- Nordicity. 2012. "Crowdfunding in a Canadian Context." *Canada Media Fund*, 1–35. <http://www.cmf-fmc.ca/documents/files/about/publications/CMF-Crowdfunding-Study.pdf>.
- Novia, Santi, Universitas Mataram, Universitas Mataram, Robith Hudaya, and Universitas Mataram. 2023. "Determinan Minat Investasi Generasi Z" 3 (1): 103–15.

- Nursalam, 2016, metode penelitian, and A.G Fallis. 2013. "Persepsi Risiko." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- OJK. 2022a. "Siaran Pers Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022." *Otoritas Jasa Keuangan (Ojk)*, no. November: 10–12.
- OJK, Otoritas Jasa Keuangan. 2022b. "Portal Transaksi Online :: OJK Investasi ::" 2022. <https://reksadana.ojk.go.id/Public/PTOPublic.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2022. "Securities Crowdfunding Masih Punya Pekerjaan Rumah Menumpuk." 2022. <https://finansial.bisnis.com/read/20220829/563/1571854/securities-crowdfunding-masih-punya-pekerjaan-rumah-menumpuk>.
- POJK. No 57. 2020. "Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 57 /Pojk.04/2020 TENTANG PENAWARAN EFEK MELALUI LAYANAN URUN DANA BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI." *Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia*, 1–74.
- Populix. 2021. "Data Populix : Ini Investasi Pilihan Masyarakat Indonesia Di Tahun 2021."
- Prahastoro, Gigih, Firdaus Yuni Dharta, and Rastri Kusumaningrum. 2021. "Strategi Komunikasi Pemasaran Layanan Securities Crowdfunding Dalam Menarik Minat Masyarakat Untuk Berinvestasi Di Sektor Ukm." *Kinerja* 18 (2): 210–17.
- Pratami, Julia Famor, Pri Agung Danarahmanto, Nugraha Nugraha, and Maya Sari. 2022. "Business Strategy on the Success of Sharia Securities Crowdfunding: Indonesian Sharia Crowdfunding Pioneer." *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)* 5 (1): 27–34. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v5i1.1571>.
- Renault, Sophie. 2016. "15 Crowdfunding : Principles , Trends and Issues," no. September.
- Rowe, J. W. F., and F. E. Clark. 1927. "Principles of Marketing." *Economica*, no. 19: 118. <https://doi.org/10.2307/2548367>.
- Sakti, Raja, Putra Harahap, Ridha Rachmadita, and Juanda Risja. 2016. "Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Stai Al-."
- SCHIFFMAN, LEON G., KANUK, LES, and JOSEPH LIE LAZAR, WISENBLIT. 2010. *CONSUMER BEHAVIOR*. Pearson Prentice Hall.
- Shalihah, Fithriatus, Habibi Miftakhul Marwa, Farid Alwajdi, Uni Tsulasi Putri, and Deslaely Putranti. 2022. *Equity Crowdfunding Di Indonesia. Crowdfunding for Entrepreneurs*. [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/29332/13931029 Muh Awal Satrio Nugroho.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/29332/13931029%20Muh%20Awal%20Satrio%20Nugroho.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Sugiyono. 2016. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, Sulaeman, and Sri Yuyu Ninglasari. 2020. "An Empirical Examination of Factors Influencing the Behavioral Intention to Use Zakat-Based Crowdfunding Platform Model for Countering the Adverse Impact of COVID-19 on MSMEs in In ... An Empirical Examination of Factors Influencing the Behavioral Intenti," no. January 2021. <https://doi.org/10.37706/iconz.2020>.
- Sumanto, Edi. 2006. "Analisis Pengaruh Perkembangan Pasar Modal Terhadap Perekonomian Indonesia."
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. bogor: Ghalia Indonesia.

- Suryanto. 2021. "SECURITIES CROWDFUNDING: TRANSFORMATION OF FINANCING OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN INDONESIA" 6 (2): 163–71.
- Sutha, I Putu Gede Ary Sutha. 2000. *Menuju Pasar Modal Modern*. Jakarta: Yayasan SAD Satria Bhakti.
- Tomczak, Alan, and Alexander Brem. 2013. "A Conceptualized Investment Model of Crowdfunding." *Venture Capital* 15 (March): 335–59. <https://doi.org/10.1080/13691066.2013.847614>.
- Uma, Sekaran. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- W, R Willya Achmad, Marcelino Vincentius Poluakan, Didin Dikayuana, Herry Wibowo, and Santoso Tri Raharjo. 2020. "Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0." *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial* 2 (2): 187. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i2.26241>.
- Wasiuzzaman, Shaista, Lee Lee Chong, and Hway Boon Ong. 2022. "Influence of Perceived Risks on the Decision to Invest in Equity Crowdfunding: A Study of Malaysian Investors." *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 14 (2): 208–30. <https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2020-0431>.
- Wheat, Rachel E., Yiwei Wang, Jarrett E. Byrnes, and Jai Ranganathan. 2013. "Raising Money for Scientific Research through Crowdfunding." *Trends in Ecology and Evolution* 28 (2): 71–72. <https://doi.org/10.1016/j.tree.2012.11.001>.
- Winkel. 2004. *Psikologi Pengajaran*. Yogyakarta: Media Abadi.
- Yanuar Surya Putra. 2557. "TEORI PERBEDAAN GENERASI." *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย* 4 (1): 88–100.

LAMPIRAN 1 PERTANYAAN KUISONER

Assalamualaikum wr. wb

Perkenalkan nama saya Kiki Zaenul Fikri. saya merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo angkatan 2019. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir saya yang berjudul " PENGARUH PENGETAHUAN, PRESEPSI RESIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL BERINVESTASI DI SECURITIES CROWDFUNDING SYARIAH (Studi kasus generasi milenial di kota semarang) "

Oleh karena itu, mohon bantuan dan partisipasi anda untuk menjadi responden dengan mengisi link kuisoner, apabila memenuhi kriteria dibawah ini. Jawaban anda akan dijaga kerahasiaan ya dan hanya akan digunakan untuk kebutuhan penelitian ini.

Berikut kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

1. masyarakat kota semarang
2. pernah berinvestasi

Jawaban anda akan di jaga kerahasiaanya dan hanya akan digunakan untuk kebutuhan penelitian ini.

Saya berterima kasih telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuisisioner ini.

Wassalamualaikum wr.wb

Berikut kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Wassalamualaikum wr.wb

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a) Laki-Laki
 - b) Perempuan
3. Usia :
 - a) < 22
 - b) 22-31
 - c) 32-41
 - d) > 42
4. Pekerjaan :
 - a) Mahasiswa
 - b) Wiraswasta

- c) Karyawan Swasta
 - d) PNS
 - e) Lainnya
5. Penghasilan
- a) <Rp 2.500.000
 - b) Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000
 - c) Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000
 - d) > Rp 5.000.000
6. Apakah Bapak/Ibu/Sdr/i Pernah berinvestasi?
7. Apakah Bapak/Ibu/Sdr/i bertempat tinggal di kota Semarang?

Setiap responden memilih 1 jawaban yang paling sesuai dengan dirinya

STS = Sangat tidak setuju (1)

TS = Tidak setuju (2)

N = Netral (3)

S = Setuju (4)

SS = Sangat setuju (5)

DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui tentang keberadaan platform securities crowdfunding untuk investasi					
2.	Saya tahu jenis produk yang dapat diinvestasikan melalui platform securities crowdfunding					
3.	Saya merasa bahwa platform investasi securities crowdfunding memberikan akses yang lebih mudah ke pasar investasi yang sebelumnya sulit diakses.					
4.	Saya merasa platform investasi securities crowdfunding memberikan keuntungan finansial yang lebih besar dibandingkan produk investasi lainnya.					
5.	Saya tahu berinvestasi melalui platform investasi securities crowdfunding dapat memberikan kesempatan untuk berinvestasi dalam bisnis startup atau proyek yang menjanjikan					
6.	Saya mengerti berinvestasi melalui platform investasi securities crowdfunding dapat memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan					

7.	Menurut saya Sistem yang digunakan pada investasi securities crowdfunding sangat mudah dipahami					
8.	Saya tahu bagaimana cara melakukan transaksi investasi melalui platform securities crowdfunding					
	Persepsi resiko					
1.	Menurut saya, berinvestasi melalui platform securities crowdfunding memiliki risiko tinggi					
2.	Saya merasa khawatir dengan kemungkinan kehilangan seluruh uang yang saya investasikan melalui securities crowdfunding					
3.	Saya merasa bahwa investasi melalui securities crowdfunding kurang diterima secara sosial dibandingkan dengan investasi tradisional					
4.	Saya merasa bahwa orang-orang di sekitar saya cenderung tidak mengetahui tentang investasi melalui securities crowdfunding					
5.	Saya merasa bahwa investasi melalui securities crowdfunding tidak menjamin keuntungan yang pasti					
6.	Saya merasa bahwa investasi melalui securities crowdfunding cenderung memberikan hasil yang tidak konsisten					
7.	Saya merasa bahwa investasi melalui securities crowdfunding memerlukan waktu yang cukup lama untuk menghasilkan keuntungan yang signifikan					
8.	Saya merasa bahwa investasi melalui securities crowdfunding memerlukan waktu yang cukup lama untuk memahami dan mengevaluasi risikonya					
9.	Saya merasa bahwa investasi melalui securities crowdfunding lebih rentan terhadap risiko keamanan digital dan kejahatan siber					
10.	Saya merasa bahwa investasi melalui securities crowdfunding dapat menjadi lebih berisiko jika terjadi masalah teknis atau kegagalan sistem					
11.	Saya merasa khawatir akan kehilangan uang saya jika saya berinvestasi melalui securities crowdfunding					
12.	Saya merasa khawatir tentang bagaimana hasil investasi saya melalui securities crowdfunding					

	akan mempengaruhi citra diri saya di mata orang lain					
	Kepercayaan					
1.	Saya percaya bahwa platform securities crowdfunding akan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang investasi yang tersedia					
2.	Saya percaya bahwa penyelenggara platform securities crowdfunding memiliki niat baik dan mengutamakan kepentingan investor					
3.	Saya percaya bahwa penyelenggara platform securities crowdfunding dapat memilih dan menawarkan investasi yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan investor					
4.	Saya merasa yakin bahwa penyelenggara platform securities crowdfunding dapat memberikan laporan investasi yang jelas dan terperinci					
5.	Saya merasa yakin bahwa penyelenggara platform securities crowdfunding akan menjaga kerahasiaan informasi pribadi dan finansial investor					
6.	Saya merasa yakin bahwa platform securities crowdfunding akan memberikan dukungan dan bantuan yang diperlukan dalam proses investasi					
7.	Saya percaya bahwa penyelenggara platform securities crowdfunding syariah memberikan kenyamanan dalam bertransaksi					
8.	Saya percaya bahwa penyelenggara platform securities crowdfunding syariah memberikan kepuasan dalam bertransaksi					
	Minat berinvestasi					
1.	Saya tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut tentang investasi melalui securities crowdfunding.					
2.	Saya berminat untuk berinvestasi melalui platform securities crowdfunding dalam jangka pendek					
3.	Saya merasa nyaman dengan tingkat risiko investasi melalui securities crowdfunding					
4.	Saya berminat untuk berinvestasi melalui platform securities crowdfunding dalam jangka panjang					

5.	Saya merasa percaya bahwa penyelenggara platform securities crowdfunding dapat memberikan layanan yang memuaskan					
6.	Saya merasa yakin bahwa investasi melalui securities crowdfunding dapat memberikan hasil yang baik					

LAMPIRAN 2 JAWABAN KUISONER

No	Pengetahuan									Persepsi Resiko												
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13
1	5	4	4	5	4	4	4	5	35	3	5	5	5	4	5	3	5	5	4	3	4	51
2	5	4	4	5	4	4	4	5	35	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	50
3	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5	1	1	47
4	5	5	4	4	5	3	5	4	35	5	5	4	4	5	3	5	4	4	3	3	3	48
5	4	4	5	5	5	2	5	4	34	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	53
6	5	4	4	5	5	5	4	4	36	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	54
7	3	3	3	3	3	3	4	4	26	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	55
8	4	4	4	4	3	5	5	3	32	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	49
9	4	3	3	3	3	3	3	4	26	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	53
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
13	3	4	4	5	4	4	4	4	32	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	56
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	50
15	3	3	3	3	2	3	3	3	23	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	33
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
17	5	5	4	4	4	4	4	4	34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	51
18	5	5	4	5	4	4	5	4	36	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	55
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	50
20	5	5	4	5	5	4	5	4	37	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
21	4	4	5	4	5	5	4	4	35	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	52
22	2	1	1	1	1	2	2	2	12	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	19
23	3	3	3	3	2	2	2	3	21	3	3	2	2	2	2	3	3	3	1	1	2	27
24	3	4	4	3	4	3	3	3	27	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	40
25	5	5	5	4	5	3	5	4	36	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	52
26	5	5	5	5	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
27	2	3	4	2	3	2	2	2	20	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	29
28	5	5	5	5	5	4	4	3	36	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	55
29	5	4	4	5	5	4	4	4	35	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	54
30	4	3	3	3	4	4	3	3	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
31	4	4	5	5	5	4	4	4	35	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	53
32	5	4	5	5	5	4	4	4	36	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	57
33	5	5	5	4	4	4	4	5	36	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	50
35	3	3	2	3	3	2	2	2	20	2	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	25
36	5	4	4	4	5	5	5	5	37	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	53
37	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	43
38	5	5	5	5	5	5	5	3	38	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	58
39	5	5	5	4	4	4	5	5	37	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	3	52
40	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	44
41	5	4	5	5	4	4	5	5	37	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	56
42	4	4	3	4	3	2	2	2	24	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	1	37
43	5	5	5	4	5	5	4	4	37	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	56
44	5	5	5	5	5	3	4	5	37	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	3	3	52
45	4	4	3	4	4	2	4	3	28	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	43
46	2	2	2	3	3	3	3	5	23	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	40
47	4	4	4	4	5	4	4	3	32	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	46
48	2	2	2	3	3	3	3	5	23	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	40
49	5	5	5	5	5	4	3	3	35	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	54
50	4	5	5	5	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	51

51	5	5	5	4	4	4	4	5	36	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	56
52	4	5	4	5	4	5	5	4	36	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	3	51
53	4	3	3	4	4	3	3	4	28	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	39
54	4	4	4	4	4	5	5	5	35	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	54
55	5	5	5	5	5	5	3	3	36	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	3	52
56	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	52
57	5	5	5	5	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	54
58	3	2	2	3	3	3	2	3	21	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	32
59	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	55
60	5	5	5	4	4	4	5	5	37	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	3	52
61	3	3	3	4	4	4	3	4	28	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	43
62	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	41
63	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
64	5	5	5	5	5	4	4	5	38	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	56
65	4	3	4	4	1	4	4	3	27	4	2	5	3	5	3	2	2	2	1	1	2	32
66	4	3	1	4	3	1	2	3	21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	26
67	3	4	4	5	5	1	4	3	29	3	2	2	5	2	1	4	2	5	2	4	4	36
68	5	5	5	5	5	5	3	3	36	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	3	52
69	4	3	3	3	4	2	2	2	23	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	1	32
70	5	5	5	5	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	55
71	5	4	5	4	5	4	4	3	34	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	49
72	4	3	3	4	4	4	3	3	28	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	47
73	4	4	2	3	3	3	2	3	24	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	52
74	5	5	5	3	4	4	3	3	32	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	43
75	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	56
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	56
77	5	5	5	5	5	4	4	4	37	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	46
78	4	4	4	4	3	3	4	3	29	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	3	44
79	4	5	4	3	4	3	5	4	32	4	5	4	3	4	3	5	4	5	3	5	5	50
80	4	5	4	5	4	5	5	5	37	4	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	54
81	5	5	5	5	5	4	4	5	38	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	2	1	50
82	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	58
83	5	5	5	4	5	5	4	4	37	5	5	5	4	5	5	4	4	4	2	4	5	52
84	4	4	3	4	4	3	3	3	28	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	42
85	3	4	4	4	4	4	3	3	29	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	44
86	5	4	5	4	5	4	5	5	37	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	54
87	5	5	5	5	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	55
88	5	4	4	5	5	4	3	3	33	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	3	49
89	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	54
90	5	5	5	4	5	2	3	3	32	5	5	5	4	5	2	3	3	3	3	5	3	46
91	5	5	5	5	5	5	3	4	37	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	2	50
92	1	3	3	2	2	2	1	1	15	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	3	51
93	5	4	4	4	3	3	2	5	30	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	47
94	3	5	3	4	4	4	4	5	32	5	4	4	2	2	4	4	4	4	3	3	3	42
95	4	3	3	3	4	2	2	2	23	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	1	32
96	5	5	5	5	5	5	3	4	37	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	3	4	51
97	5	5	4	3	3	3	3	4	30	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	2	46
98	2	2	2	2	1	1	1	1	12	4	3	2	3	4	4	4	5	5	5	5	5	49
99	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
100	3	3	3	4	4	4	5	4	30	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	45

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

51	4	4	5	5	5	5	5	4	37	4	5	4	5	4	4	26
52	4	4	4	5	5	5	5	4	36	5	5	5	5	4	4	28
53	4	4	4	4	3	3	3	3	28	3	4	3	4	3	3	20
54	4	4	4	5	4	5	5	4	35	5	5	4	5	4	4	27
55	4	5	5	4	4	5	5	4	36	5	5	4	5	5	4	28
56	3	3	3	3	4	4	4	5	29	4	5	5	5	4	5	28
57	5	3	5	4	5	4	3	4	33	4	5	4	4	5	1	23
58	2	3	1	1	1	1	1	3	13	1	1	3	3	4	4	16
59	4	5	4	3	3	3	3	4	29	5	5	5	5	4	4	28
60	5	5	4	3	3	4	5	5	34	5	5	5	5	4	4	28
61	4	4	3	3	3	4	3	3	27	3	3	3	4	4	4	21
62	2	2	2	1	2	3	3	3	18	3	4	3	3	3	3	19
63	2	2	2	2	2	2	2	2	16	3	3	4	4	4	4	22
64	4	5	5	5	5	5	4	5	38	4	5	5	5	5	5	29
65	5	5	5	5	5	5	5	2	37	4	3	3	4	5	5	24
66	4	4	3	2	1	5	2	2	23	3	2	2	1	1	5	14
67	2	2	4	1	3	3	3	3	21	1	1	1	4	1	3	11
68	4	4	3	4	3	3	3	3	27	5	5	5	4	3	4	26
69	3	3	3	3	3	2	2	3	22	3	3	3	3	3	3	18
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	5	29
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	3	3	4	4	5	24
72	5	5	5	5	4	4	5	5	38	3	5	5	5	5	5	28
73	5	5	5	4	4	4	4	5	36	4	4	5	5	4	4	26
74	3	4	4	3	3	3	3	4	27	3	4	3	3	3	4	20
75	5	5	5	4	4	5	5	5	38	4	4	5	5	4	4	26
76	5	5	5	4	4	4	4	3	34	5	4	3	3	4	4	23
77	3	4	4	3	3	3	3	3	26	4	4	3	3	4	3	21
78	5	4	4	4	4	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	30
79	3	3	3	3	3	5	4	4	28	5	3	3	3	3	3	20
80	4	5	5	5	5	5	5	4	38	5	5	4	4	5	5	28
81	5	5	5	3	3	3	3	3	30	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	3	4	4	23
83	4	4	5	4	5	5	5	5	37	5	5	5	5	4	4	28
84	3	3	3	2	1	2	2	2	18	4	4	3	4	3	3	21
85	3	4	4	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	4	19
86	4	4	4	4	4	5	5	4	34	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	4	4	28
88	4	3	4	3	3	3	4	3	27	4	4	3	3	3	3	20
89	2	3	2	3	1	3	3	3	20	4	4	4	3	4	3	22
90	4	4	3	1	2	3	3	3	23	4	5	4	4	4	5	26
91	2	2	3	3	2	2	3	3	20	5	3	3	3	3	5	22
92	4	3	3	3	4	4	4	4	29	4	4	4	1	4	4	21
93	5	3	3	1	4	2	5	5	28	3	5	2	4	5	5	24
94	2	5	4	5	3	4	4	4	31	3	4	5	4	3	5	24
95	3	3	3	3	3	2	2	3	22	3	3	3	3	3	3	18
96	4	4	4	5	5	5	4	4	35	5	4	4	5	5	4	27
97	3	3	3	2	2	2	1	2	18	3	3	3	4	4	3	20
98	2	1	2	1	1	1	2	2	12	1	4	4	4	4	1	18
99	4	3	4	5	4	4	4	4	32	3	4	4	4	3	3	21
100	3	3	4	5	5	4	3	4	31	5	3	4	4	3	4	23

LAMPIRAN 3 DESKRIPSI RESPONDEN

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	53	53,0	53,0	53,0
	Perempuan	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22-31	58	58,0	58,0	58,0
	32-41	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	26	26,0	26,0	26,0
	Karyawan Swasta	28	28,0	28,0	54,0
	PNS	15	15,0	15,0	69,0
	Lainnya	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp 2.500.000	15	15,0	15,0	15,0
	Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000	66	66,0	66,0	81,0
	Rp 3.500.000 - Rp 5.000.000	18	18,0	18,0	99,0
	> Rp 5.000.000	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN 4 CROSTABULATION

Jenis Kelamin * Usia Crosstabulation

			Usia		Total
			22-31	32-41	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	25	28	53
		% of Total	25,0%	28,0%	53,0%
	Perempuan	Count	33	14	47
		% of Total	33,0%	14,0%	47,0%
Total		Count	58	42	100
		% of Total	58,0%	42,0%	100,0%

Jenis Kelamin * Pekerjaan Crosstabulation

			Pekerjaan				Total
			Wiraswasta	Karyawan Swasta	PNS	Lainnya	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	13	16	9	15	53
		% of Total	13,0%	16,0%	9,0%	15,0%	53,0%
	Perempuan	Count	13	12	6	16	47
		% of Total	13,0%	12,0%	6,0%	16,0%	47,0%
Total		Count	26	28	15	31	100
		% of Total	26,0%	28,0%	15,0%	31,0%	100,0%

Jenis Kelamin * Penghasilan Crosstabulation

			Penghasilan				Total
			<Rp 2.500.000	Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000	Rp 3.500.000 - Rp 5.000.000	> Rp 5.000.000	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	10	33	10	0	53
		% of Total	10,0%	33,0%	10,0%	0,0%	53,0%
	Perempuan	Count	5	33	8	1	47
		% of Total	5,0%	33,0%	8,0%	1,0%	47,0%
Total		Count	15	66	18	1	100
		% of Total	15,0%	66,0%	18,0%	1,0%	100,0%

LAMPIRAN 5 KOMPARASI RATA-RATA

Pengetahuan Persepsi Resiko Kepercayaan Minat * Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Pengetahuan	Persepsi Resiko	Kepercayaan	Minat
Laki-laki	Mean	4,70	4,92	4,55	4,58
	N	53	53	53	53
	Std. Deviation	,638	,331	,798	,908
Perempuan	Mean	4,74	4,98	4,43	4,70
	N	47	47	47	47
	Std. Deviation	,607	,146	,715	,548
Total	Mean	4,72	4,95	4,49	4,64
	N	100	100	100	100
	Std. Deviation	,621	,261	,759	,759

Pengetahuan Persepsi Resiko Kepercayaan Minat * Usia

Usia		Pengetahuan	Persepsi Resiko	Kepercayaan	Minat
22-31	Mean	4,76	4,93	4,52	4,71
	N	58	58	58	58
	Std. Deviation	,540	,317	,822	,649
32-41	Mean	4,67	4,98	4,45	4,55
	N	42	42	42	42
	Std. Deviation	,721	,154	,670	,889
Total	Mean	4,72	4,95	4,49	4,64
	N	100	100	100	100
	Std. Deviation	,621	,261	,759	,759

Pengetahuan Persepsi Resiko Kepercayaan Minat * Pekerjaan

Pekerjaan		Pengetahuan	Persepsi Resiko	Kepercayaan	Minat
Wiraswasta	Mean	4,85	5,00	4,58	4,88
	N	26	26	26	26
	Std. Deviation	,464	,000	,643	,326
Karyawan Swasta	Mean	4,64	4,93	4,54	4,57
	N	28	28	28	28
	Std. Deviation	,559	,262	,637	,836
PNS	Mean	4,73	5,00	4,53	4,40
	N	15	15	15	15
	Std. Deviation	,594	,000	,640	1,121
Lainnya	Mean	4,68	4,90	4,35	4,61
	N	31	31	31	31
	Std. Deviation	,791	,396	,985	,715
Total	Mean	4,72	4,95	4,49	4,64
	N	100	100	100	100
	Std. Deviation	,621	,261	,759	,759

Pengetahuan Persepsi Resiko Kepercayaan Minat * Penghasilan

Penghasilan		Pengetahuan	Persepsi Resiko	Kepercayaan	Minat
<Rp 2.500.000	Mean	4,80	5,00	4,67	4,93
	N	15	15	15	15
	Std. Deviation	,414	,000	,724	,258
Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000	Mean	4,67	4,94	4,44	4,56
	N	66	66	66	66
	Std. Deviation	,709	,298	,787	,825
Rp 3.500.000 - Rp 5.000.000	Mean	4,83	4,94	4,50	4,67
	N	18	18	18	18
	Std. Deviation	,383	,236	,707	,767
> Rp 5.000.000	Mean	5,00	5,00	5,00	5,00
	N	1	1	1	1
	Std. Deviation
Total	Mean	4,72	4,95	4,49	4,64
	N	100	100	100	100
	Std. Deviation	,621	,261	,759	,759

Usia * Pekerjaan Crosstabulation

			Pekerjaan				Total
			Wiraswasta	Karyawan Swasta	PNS	Lainnya	
Usia	22-31	Count	14	17	6	21	58
		% of Total	14,0%	17,0%	6,0%	21,0%	58,0%
	32-41	Count	12	11	9	10	42
		% of Total	12,0%	11,0%	9,0%	10,0%	42,0%
Total		Count	26	28	15	31	100
		% of Total	26,0%	28,0%	15,0%	31,0%	100,0%

Usia * Penghasilan Crosstabulation

			Penghasilan				Total
			<Rp 2.500.000	Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000	Rp 3.500.000 - Rp 5.000.000	> Rp 5.000.000	
Usia	22-31	Count	12	36	9	1	58
		% of Total	12,0%	36,0%	9,0%	1,0%	58,0%
	32-41	Count	3	30	9	0	42
		% of Total	3,0%	30,0%	9,0%	0,0%	42,0%
Total		Count	15	66	18	1	100
		% of Total	15,0%	66,0%	18,0%	1,0%	100,0%

Penghasilan * Pekerjaan Crosstabulation

			Pekerjaan				Total
			Wiraswasta	Karyawan Swasta	PNS	Lainnya	
Penghasilan	<Rp 2.500.000	Count	4	5	1	5	15
		% of Total	4,0%	5,0%	1,0%	5,0%	15,0%
	Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000	Count	17	21	11	17	66
		% of Total	17,0%	21,0%	11,0%	17,0%	66,0%
	Rp 3.500.000 - Rp 5.000.000	Count	5	2	3	8	18
		% of Total	5,0%	2,0%	3,0%	8,0%	18,0%
	> Rp 5.000.000	Count	0	0	0	1	1
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%
Total		Count	26	28	15	31	100
		% of Total	26,0%	28,0%	15,0%	31,0%	100,0%

LAMPIRAN 6 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Uji Validitas Pengetahuan

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
P1	Pearson Correlation	1	,780**	,727**	,703**	,677**	,555**	,523**	,493**	,836**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,780**	1	,820**	,703**	,684**	,562**	,584**	,471**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	,727**	,820**	1	,691**	,694**	,610**	,581**	,446**	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	,703**	,703**	,691**	1	,721**	,587**	,598**	,529**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	,677**	,684**	,694**	,721**	1	,546**	,546**	,442**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	,555**	,562**	,610**	,587**	,546**	1	,585**	,544**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	,523**	,584**	,581**	,598**	,546**	,585**	1	,697**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	,493**	,471**	,446**	,529**	,442**	,544**	,697**	1	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	,836**	,860**	,858**	,847**	,815**	,773**	,792**	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Uji Validitas Persepsi Risiko

Correlations

	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	PR9	PR10	PR11	PR12	X2
PR1 Pearson Correlation	1	,781**	,791**	,719**	,650**	,533**	,416**	,551**	,439**	,518**	,421**	,361**	,775**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR2 Pearson Correlation	,781**	1	,776**	,679**	,614**	,574**	,424**	,567**	,472**	,522**	,507**	,349**	,786**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR3 Pearson Correlation	,791**	,776**	1	,738**	,718**	,631**	,397**	,534**	,454**	,533**	,409**	,365**	,794**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR4 Pearson Correlation	,719**	,679**	,738**	1	,671**	,561**	,411**	,522**	,540**	,599**	,457**	,391**	,790**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR5 Pearson Correlation	,650**	,614**	,718**	,671**	1	,615**	,335**	,435**	,329**	,495**	,357**	,346**	,711**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,001	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR6 Pearson Correlation	,533**	,574**	,631**	,561**	,615**	1	,516**	,654**	,535**	,634**	,466**	,433**	,785**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR7 Pearson Correlation	,416**	,424**	,397**	,411**	,335**	,516**	1	,712**	,620**	,536**	,595**	,585**	,727**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR8 Pearson Correlation	,551**	,567**	,534**	,522**	,435**	,654**	,712**	1	,640**	,634**	,413**	,466**	,779**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR9 Pearson Correlation	,439**	,472**	,454**	,540**	,329**	,535**	,620**	,640**	1	,639**	,566**	,570**	,746**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR10 Pearson Correlation	,518**	,522**	,533**	,599**	,495**	,634**	,536**	,634**	,639**	1	,574**	,518**	,798**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR11 Pearson Correlation	,421**	,507**	,409**	,457**	,357**	,466**	,595**	,413**	,566**	,574**	1	,673**	,725**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PR12 Pearson Correlation	,361**	,349**	,365**	,391**	,346**	,433**	,585**	,466**	,570**	,518**	,673**	1	,687**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2 Pearson Correlation	,775**	,786**	,794**	,790**	,711**	,785**	,727**	,779**	,746**	,798**	,725**	,687**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Uji Validitas Kepercayaan

Correlations

		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	X3
K1	Pearson Correlation	1	,687**	,677**	,564**	,673**	,570**	,576**	,625**	,784**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K2	Pearson Correlation	,687**	1	,789**	,662**	,633**	,679**	,656**	,573**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K3	Pearson Correlation	,677**	,789**	1	,743**	,788**	,746**	,729**	,611**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K4	Pearson Correlation	,564**	,662**	,743**	1	,790**	,747**	,652**	,567**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K5	Pearson Correlation	,673**	,633**	,788**	,790**	1	,759**	,746**	,685**	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K6	Pearson Correlation	,570**	,679**	,746**	,747**	,759**	1	,828**	,638**	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K7	Pearson Correlation	,576**	,656**	,729**	,652**	,746**	,828**	1	,728**	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K8	Pearson Correlation	,625**	,573**	,611**	,567**	,685**	,638**	,728**	1	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,784**	,830**	,893**	,846**	,897**	,882**	,874**	,795**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Uji Validitas Minat

Correlations

		M1	M2	M3	M4	M5	M6	Y
M1	Pearson Correlation	1	,696**	,591**	,503**	,567**	,523**	,781**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
M2	Pearson Correlation	,696**	1	,714**	,633**	,678**	,478**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
M3	Pearson Correlation	,591**	,714**	1	,730**	,674**	,553**	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
M4	Pearson Correlation	,503**	,633**	,730**	1	,731**	,573**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
M5	Pearson Correlation	,567**	,678**	,674**	,731**	1	,606**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
M6	Pearson Correlation	,523**	,478**	,553**	,573**	,606**	1	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	,781**	,843**	,857**	,844**	,862**	,761**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Uji Reliabilitas Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,925	8

Uji Reliabilitas Persepsi Resiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,930	12

Uji Reliabilitas Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,945	8

Uji Reliabilitas Minat Berinvestasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	6

LAMPIRAN 7 UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas P.Plot



Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,98142769
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,058
	Negative	-,087
Kolmogorov-Smirnov Z		,866
Asymp. Sig. (2-tailed)		,441

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

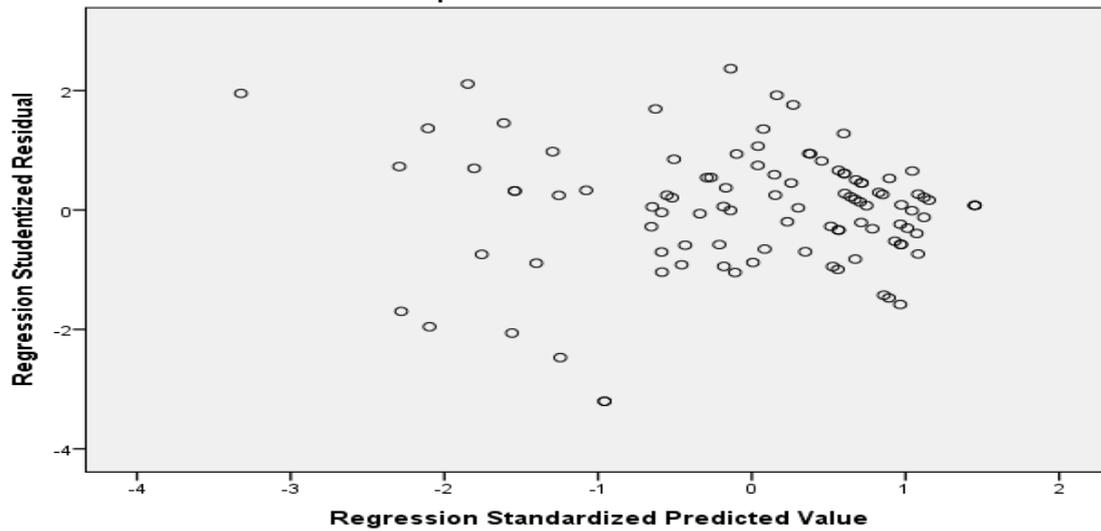
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,497	1,754		,854	,395		
X1	,162	,081	,195	2,004	,048	,362	2,766
X2	,151	,062	,253	2,422	,017	,315	3,173
X3	,318	,061	,454	5,223	,000	,455	2,199

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Scatterplot

Dependent Variable: Y



LAMPIRAN 8 DESKRIPSI RESPONDEN HASIL PENGUJIAN

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,755	1,052		6,419	,000
	X1	,011	,048	,034	,223	,824
	X2	-,059	,037	-,256	-1,571	,119
	X3	-,068	,037	-,252	-1,858	,066

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Uji Model Fit

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1785,788	3	595,263	64,938	,000 ^b
	Residual	880,002	96	9,167		
	Total	2665,790	99			

a. Dependent Variable: Y

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

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,818 ^a	,670	,660	3,028

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

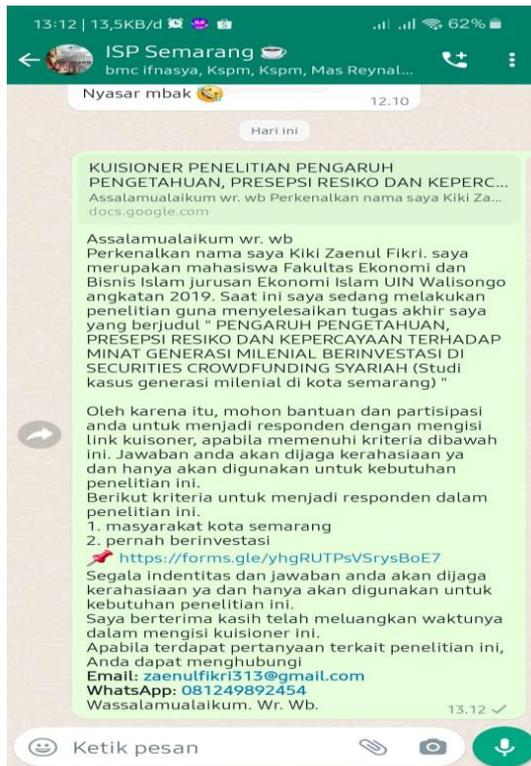
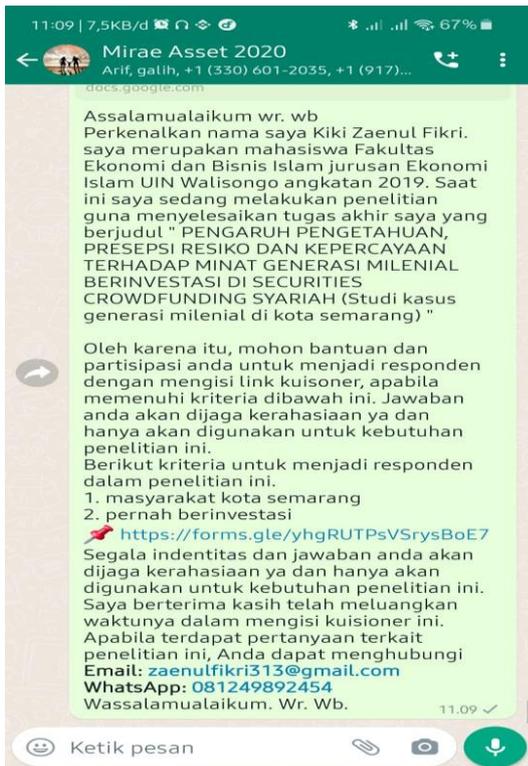
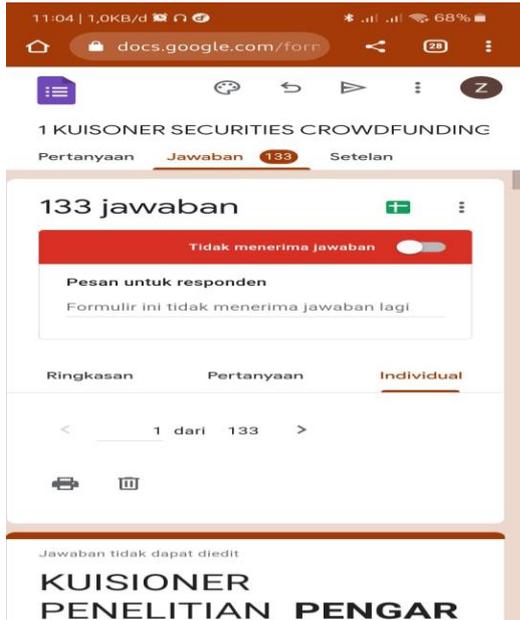
Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,497	1,754		,854	,395
	X1	,162	,081	,195	2,004	,048
	X2	,151	,062	,253	2,422	,017
	X3	,318	,061	,454	5,223	,000

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 9 BUKTI PENYEBARAN KUISONER



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Kiki Zaenul Fikri
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 10 Januari 2000 Agama :
Islam
Alamat : Desa Panggangsari RT 16 RW 04,
Kecamatan Losari, Kabupaten Cirebon, Provinsi
Jawa Barat
Email : Zaenufikri313@gmail.com

Pendidikan Formal

1. 2005 - 2011 : MI AL-WHATONIYAH
2. 2011 – 2014 : MTsN 1 Losari
3. 2014 – 2019 : MMA Tambak Beras Jombang
4. 2019 – Sekarang : UIN Walisongo Semarang