

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah era digitalisasi ekonomi global, investasi saham syariah semakin populer sebagai instrumen keuangan halal yang mematuhi prinsip Islam, yaitu menjauhi riba, maysir, dan gharar. Terutama investasi pada jenis saham (common stock), karena memberikan peluang memperoleh keuntungan jangka panjang melalui capital gain, kepemilikan saham, serta kemudahan dalam melakukan transaksi secara *online*.¹ Seperti yang ditunjukkan oleh fakta bahwa mayoritas investor pasar modal Indonesia berasal dari generasi muda. Sekitar 12 juta total investor, menurut data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) yang telah berinvestasi di pasar modal, dengan sekitar 79% diantaranya berusia dibawah 40 tahun.² Jika dibandingkan dengan zaman sebelumnya, orang mulai melakukan investasi ketika mereka berusia empat puluh atau bahkan lima puluh tahun keatas, ini menjadi

¹ Nur Rochman Saputra and Dewi Kusuma Wardani, 'Pengaruh Motivasi Investasi, Social Media Influencer Tiktok Dan Fomo Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Minat Membeli Produk Saham Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FKIP UNS', *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 13.3 (2025), 285-293 (h. 286).

² Siaran Pers, 'Pasar Modal Goes to Young Generation: Gaet Investor Muda, Tingkatkan Nilai Kapitalisasi Pasar', *Kementerian Koordinasi Bidang Perekonomian Republik Indonesia* (Jakarta, January 2024) <

fenomena yang baik.

Di kalangan mahasiswa, yang merupakan kelompok yang secara demografis cenderung mahir teknologi dan sangat aktif di *platform* media sosial, topik-topik terkait pendidikan dan pengaruh sosial sangat relevan. Konten edukasi tentang keuangan, termasuk prinsip-prinsip syariah umumnya dianggap sebagai elemen kunci dalam meningkatkan minat terhadap aktivitas investasi. Selain itu, *influencer* terutama yang aktif di media sosial dan membahas isu-isu investasi, memiliki peranan penting dalam membentuk pandangan dan keputusan keuangan generasi muda. Sebagai contoh, sebuah studi yang dilakukan oleh Salfina dan Mariana menunjukkan bahwa minat Generasi Z terhadap pasar modal secara keseluruhan dipengaruhi oleh *influencer* media sosial.³

Selain itu, religiusitas menunjukkan seberapa besar nilai-nilai agama memengaruhi keputusan mereka tentang keuangan, dianggap sebagai variabel penting dalam bidang investasi syariah. Menurut beberapa penelitian, religiusitas memengaruhi keputusan investasi syariah. Seperti penelitian Kusumawati mengungkapkan bahwa religiusitas dapat memperkuat kepercayaan dan mendorong keputusan investasi syariah.⁴ Selain itu, ada juga studi yang menunjukkan bahwa

³ Salfina Dila Pramnesti and Mariana Mariana, 'Pengaruh Financial Literacy Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Indonesia', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5.1 (2025)

⁴ Rita Kusumawati, Linda Putri Nadia, and Mohammed Jabooob, 'The Impact of Religiosity and Perceived Risk on Sharia Investment Decisions: The

religiusitas tidak selalu memiliki dampak signifikan terhadap minat investasi Gen Z, seperti dalam studi Afifah dan Tubastuvi, di mana faktor ini tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan Gen Z berinvestasi di pasar syariah.⁵

Oleh karena itu, diperlukan analisis kuantitatif mengenai bagaimana ketiga faktor ini, konten edukasi, *influencer*, dan religiusitas, bersinergi atau bertentangan satu sama lain dalam membentuk minat mahasiswa terhadap saham syariah. Masalah utama yang muncul adalah sejauh mana konten edukasi syariah di media sosial (seperti posting edukatif, video, atau infografis), pengaruh *influencer* keuangan syariah, serta latar belakang religiusitas mahasiswa memengaruhi minat mereka dalam berinvestasi pada instrumen saham syariah? Apakah pengaruh-pengaruh ini bervariasi antar kelompok mahasiswa sesuai dengan tingkat religiusitas mereka?

Dalam literatur terkini, sejumlah studi relevan telah dilakukan. Studi Alfiah menunjukkan bahwa *influencer* memiliki dampak yang signifikan terhadap minat dalam

Mediating Effect of Perceived Trust', *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 5.1 (2025), 175–95

⁵ Naelati Tubastuvi, 'Understanding Gen Z ' s Investment Intentions in the Sharia Capital Market : The Role of Religiosity , Religious Events , Attitude , Behavioral Control and Profit Maximization', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15.1 (2025), 103–22

penggunaan aplikasi Ajaib untuk investasi syariah.⁶ Studi lain oleh Rohmah dan Sholahuddin mengevaluasi dampak *influencer* media sosial dan literasi di pasar modal syariah pada minat investasi Generasi Z, dengan modal minimum sebagai mediator, dan menyimpulkan bahwa pengaruh *influencer* sangat dominan, sementara literasi syariah hanya memiliki dampak langsung yang moderat.⁷ Lathifah juga melakukan penelitian tentang investasi saham syariah selama pandemi, di mana variabel *influencer* media sosial dimasukkan sebagai salah satu faktor pendorong minat investasi.⁸ Selain itu, studi yang juga dilakukan oleh Hidayanti dan rekan-rekannya menyelidiki dampak religiusitas, perilaku keuangan, dan faktor lain terhadap keputusan investasi syariah, dan menemukan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif, sementara literasi keuangan dapat memoderasi efek faktor-faktor tersebut.⁹

Namun, sebagian besar penelitian ini lebih fokus pada populasi investor umum atau pengguna *platform Fintech*,

⁶ A.F Alfiah, 'Pengaruh Influencer Terhadap Minat Investasi Syariah Pada Aplikasi Ajaib: Perluasan TAM' (Universitas Islam Indonesia, 2023).

⁷ Aditya Nur Rohmah; Muhammad Sholahuddin, 'Pengaruh Literasi Dan Pemengaruh Media Sosial Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Syariah Dengan Modal Minimal Sebagai Variabel Mediasi' (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2025).

⁸ Hasya Mazaya Lathifah and Anom Garbo, 'Investasi Saham Syariah Di Tengah Pandemi COVID-19: Peran Pengetahuan Dan Social Media Influencer', *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 3.1 (2022), 63–75

⁹ Febriana Hidayanti and others, 'The Impact of Religiosity, Risk Tolerance, Financial Behavior, and Locus of Control on Sharia Investment Decisions: The Moderating Role of Financial Literacy', *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 12.1 (2025), 54–79

seperti pengguna aplikasi Bibit, daripada mahasiswa sebagai kelompok spesifik. Selain itu, tidak banyak penelitian yang menggabungkan ketiga variabel utama (konten edukasi, *influencer*, dan religiusitas) secara bersamaan dalam model terintegrasi untuk populasi mahasiswa. Beberapa studi juga hanya fokus pada literasi keuangan secara umum, tanpa menjelaskan secara rinci aspek-aspek yang lebih spesifik dan relevan dari konten edukasi bagi mahasiswa.

Berdasarkan tinjauan sebelumnya, terdapat beberapa kelemahan yang jelas. Pertama, studi-studi sebelumnya cenderung menekankan literasi keuangan atau literasi syariah secara umum, tanpa mengeksplorasi secara mendalam unsur-unsur konten edukasi investasi di platform digital dan media sosial sebagai variabel independen. Kedua, meskipun peran *influencer* menjadi fokus penelitian, pengaruh mereka dalam konteks investasi syariah bagi mahasiswa khususnya masih jarang diintegrasikan ke dalam kerangka penelitian yang mencakup faktor-faktor edukasi dan religiusitas. Ketiga, studi tentang religiusitas di kalangan generasi muda, terutama mahasiswa, menghasilkan hasil yang tidak konsisten (beberapa menunjukkan pengaruh yang signifikan, beberapa yang lain tidak), sehingga memerlukan klarifikasi empiris yang lebih mendalam. Keempat, penelitian terdahulu masih terbatas dalam mengkaji pengaruh konten edukasi, *influencer*, dan religiusitas secara bersamaan terhadap minat investasi saham

syariah, khususnya pada mahasiswa. Sebagian penelitian cenderung menguji faktor-faktor tersebut secara terpisah atau menggunakan objek penelitian yang lebih umum, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran ketiga variabel tersebut dalam membentuk minat mahasiswa untuk berinvestasi pada saham syariah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah-celah tersebut dengan menguji tiga variabel (konten edukasi, *influencer*, dan religiusitas) dalam model terintegrasi di kalangan populasi mahasiswa, sambil menilai kontribusi masing-masing variabel terhadap minat dalam investasi saham syariah dengan mempertimbangkan perbedaan religiusitas di kalangan mahasiswa.

Tujuan penelitian ini adalah mengukur pengaruh konten edukasi, *influencer*, dan religiusitas terhadap ketertarikan kalangan mahasiswa dalam investasi saham syariah. Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun pengaruh ketiganya secara simultan terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi pada saham syariah. Secara teoritis, penelitian ini memperluas studi perilaku keuangan Islam dan literasi syariah dengan menggabungkan ketiga variabel tersebut pada populasi mahasiswa, sekaligus mengklarifikasi hasil penelitian yang inkonsisten mengenai religiusitas dalam konteks generasi muda dan investasi syariah. Secara praktis, hasilnya dapat

membantu lembaga keuangan Islam, penyedia layanan investasi syariah, dan lembaga pendidikan dalam merancang strategi edukasi keuangan yang efektif, termasuk kolaborasi dengan influencer Islam dan pengembangan konten sesuai tingkat keagamaan mahasiswa, serta membantu kampus dan organisasi mahasiswa meningkatkan literasi syariah dan partisipasi investasi sesuai prinsip Islam.

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti terdorong untuk mengkaji lebih lanjut isu dengan judul **“Pengaruh Konten Edukasi, Influencer dan Religiusitas terhadap Minat Investasi Saham Syariah Mahasiswa”**.

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari kompleksitas yang berlebihan pada masalah, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi agar lebih terfokus. Dengan demikian, penulis hanya memusatkan penelitian pada mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UINFAS Bengkulu tanpa memperluas ke kalangan umum atau usia lain, sehingga hasil penelitian hanya menggambarkan konteks dan dinamika yang berlaku di lingkungan mahasiswa muslim (mahasantri). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menilai secara spesifik bagaimana konten edukasi, *influencer* dan religiusitas berperan dalam meningkatkan minat investasi saham syariah di kalangan mahasiswa.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah konten edukasi berpengaruh terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa?
2. Apakah *influencer* berpengaruh terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa?
4. Apakah konten edukasi, *influencer* dan religiusitas berpengaruh terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa?

D. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh konten edukasi pada minat investasi saham syariah mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh *influencer* pada minat investasi saham syariah mahasiswa.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas pada minat investasi saham syariah mahasiswa.
4. Untuk mengetahui konten edukasi, *influencer* dan religiusitas berpengaruh pada minat investasi saham syariah mahasiswa.

E. Kegunaan Penelitian

Selain terdapat tujuan dari dilakukannya penelitian, diharapkan manfaat yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1) Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi dan keuangan syariah. Hasil penelitian dapat memperkaya pemahaman mengenai pengaruh konten edukasi, influencer, dan religiusitas terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi pada saham syariah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkuat serta melengkapi kajian teoritis yang berkaitan dengan teori perilaku dan minat investasi. Temuan penelitian juga dapat dijadikan sebagai referensi ilmiah bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian dengan topik atau variabel yang sejenis.

2) Secara Praktisi

Penelitian ini membantu lembaga pendidikan, otoritas pasar modal, dan lembaga keuangan syariah dalam menyusun program pendidikan yang lebih baik untuk mahasiswa. Hasil penelitian dapat digunakan untuk menentukan jenis konten edukasi apa yang paling menarik minat mahasiswa terhadap saham syariah. Selain itu, influencer dan konten kreator dapat memanfaatkan hasil

penelitian untuk membuat konten edukasi yang lebih relevan dan efektif. Penilaian ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya investasi syariah dan memotivasi mereka untuk melakukannya. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memperkuat ekosistem investasi syariah di Indonesia.

F. Penelitian Terdahulu

1. Pada penelitian yang dilakukan Feby Nada Islamy, dengan judul *“Pengaruh Influencer, Konten Media Sosial dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Generasi Z Muslim Dalam Berinvestasi Saham Syariah Dengan Perilaku Syariah Sebagai Variabel Moderasi”* yang mana penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh influencer, konten media sosial, dan literasi keuangan terhadap minat Generasi Z Muslim dalam berinvestasi pada saham syariah, dengan perilaku syariah sebagai variabel moderasi. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 140 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak WarpPLS 8.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer, konten media sosial, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z Muslim untuk berinvestasi pada

saham syariah. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada kesamaan fokus kajian, yaitu mengkaji pengaruh media sosial dan influencer terhadap minat investasi saham syariah pada kalangan generasi muda. Sementara itu, perbedaannya terletak pada penambahan variabel independen berupa literasi keuangan serta penggunaan perilaku syariah sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian penulis tidak memasukkan kedua variabel tersebut.¹⁰

2. Penelitian yang dilakukan oleh Afriana Dewi, dengan judul “*Pengaruh Psikologi Investasi, Media Sosial Dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Fiai Uii Yogyakarta)*”. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel psikologi investasi, media sosial, serta *planned behavior* memberikan kontribusi sebesar 43,2% terhadap minat investasi pasar modal syariah pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII (angkatan 2017-2020). Melalui pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linear berganda berbasis IBM SPSS, data primer dikumpulkan dari 150 responden yang dipilih secara *purposive sampling* via *Google Form*. Kesamaan utama dengan studi ini bertumpu

¹⁰ Feby Nada Islamy, ‘Pengaruh Influencer, Konten Media Sosial, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Generasi Z Muslim Dalam Berinvestasi Saham Syariah Dengan Perilaku Syariah Sebagai Variabel Moderasi’ (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023).

pada objek kajian, yakni kecenderungan investasi saham atau pasar modal syariah di lingkungan mahasiswa dan media sosial. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independen penelitiannya.¹¹

3. Pada penelitian Intan Mutmainah Harun, Mohamd Agus Salim Monoarfa, dan Meriyana Franssisca Dunga yang berjudul “*Pengaruh Social Media Influencer dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh financial influencer dan literasi keuangan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo dalam melakukan investasi di pasar modal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, sedangkan analisis data dilakukan dengan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial financial influencer memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan financial influencer mampu meningkatkan motivasi dan ketertarikan

¹¹ Afriana Dewi, ‘Pengaruh Psikologi Investasi, Media Sosial Dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Syariah’ (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2022).

mahasiswa untuk berinvestasi. Sebaliknya, variabel literasi keuangan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi, sehingga tingkat pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai investasi belum menjadi faktor yang menentukan minat mereka untuk berinvestasi. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada karakteristik subjek penelitian, yaitu sama-sama melibatkan mahasiswa dari bidang ekonomi. Adapun perbedaannya terletak pada variabel dependen yang digunakan, di mana penelitian tersebut mengkaji minat investasi di pasar modal secara umum, sedangkan penelitian penulis secara khusus berfokus pada minat investasi pada saham syariah.¹²

4. Penelitian dari Rizal Muttaqin dan Rosida Dwi Ayuningtyas dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah”. Melalui pendekatan kuantitatif, riset ini ditujukan untuk menguji secara empiris dampak literasi keuangan, tingkat religiusitas, serta besaran pendapatan terhadap minat investasi pada pasar modal berbasis syariah. Dengan instrumen kuesioner sebagai media pengumpulan data, penelitian ini melibatkan 100 masyarakat Kota Semarang sebagai responden. Metode

¹² Intan Mutmainah Harun, Mohamad Agus Salim Monoarfa, and Meriyana Fransisca Dunga, ‘Pengaruh Social Media Influencer Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal’, *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7.4 (2025), h. 1086.

pengambilan sampel yang digunakan simple random sampling menggunakan kuesioner yang dibagikan secara acak kepada warga kota Semarang. Data primer diolah dengan analisis uji kualitas data, asumsi klasik, regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat untuk investasi di pasar modal syariah, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk investasi di pasar modal syariah dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal syariah. Persamaan penelitian terletak pada variabel religiusitas yang berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal syariah. Perbedaan nya penelitian ini tidak memasukkan variabel *influencer* dan konten edukasi.¹³

5. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anisa Dewi Arismaya, yang berjudul “Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Religiusitas Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah” dengan fokus utama dari riset ini adalah sejauh mana pemahaman finansial (literasi keuangan), pertimbangan risiko, dan nilai-nilai religiusitas memicu minat investasi syariah di pasar modal pada kalangan mahasiswa FEBI UIN Salatiga. Penelitian ini

¹³ Rizal Muttaqin and Rosida Dwi Ayuningtyas, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah’, *Stability Journal of Management & Business*, 5.1 (2022), h. 75.

menggunakan metode kuantitatif dengan alat survei berupa kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Salatiga, dengan total sampel sebanyak 100 responden menggunakan alat uji SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi, sedangkan persepsi risiko berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat investasi di pasar modal syariah.¹⁴ Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti pengaruh religiusitas terhadap minat investasi saham syariah pada mahasiswa. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini memasukkan persepsi risiko sebagai variabel dan tidak memasukkan *influencer*.

6. Pada penelitian yang dilaksanakan oleh Muhammad Rais, Himmatul Khairi, dan Faisal Hidayat, yang berjudul “*Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah*”. Riset ini ditujukan untuk menganalisis kontribusi pemanfaatan teknologi digital, nilai religiusitas, serta paparan media sosial terhadap preferensi Generasi Z dalam memilih investasi saham syariah. Dengan melibatkan 100 sampel Generasi Z pelaku investasi saham

¹⁴ Anisa Dewi Arismaya, ‘Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Religiusitas Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah’, *Jurnal Akuntansi*, 10.2 (2024), 128–33.

syariah, dihitung melalui rumus Lemeshow pada tingkat kepercayaan 95%. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda pada aplikasi SPSS 25. Temuan studi menunjukkan bahwa seluruh variabel independen terbukti berpengaruh positif serta signifikan, baik secara parsial maupun simultan dengan total pengaruh sebesar 57,2% terhadap keputusan investasi syariah Generasi Z. Variabel yang berpengaruh paling besar adalah sosial media. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya yang fokus pada generasi muda, khususnya mahasiswa atau generasi Z. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independen yang digunakan.¹⁵

7. Penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Bastomi dan Nurhidayah, dengan judul “*Faktor Penentu Minat Investasi di Pasar Modal Syariah: Studi Pada Generasi Z Kota Malang*” yang bertujuan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat Gen Z untuk berinvestasi di pasar modal syariah, persepsi risiko, sosial media *influencer*, dan *disposable income*. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif yang difokuskan pada penduduk generasi Z di Kota Malang. Sebanyak 200 sampel penelitian dikumpulkan dengan menggunakan metode

¹⁵ Muhammad Rais, Himmatul Khairi, and Faisal Hidayat, ‘Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah’, *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6.2 (2023), h. 342.

sampling insidental. Informasi yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan metode PLS (*Partial Least Squares*). Hasil analisis data menunjukkan bahwa minat untuk berinvestasi di pasar modal syariah dipengaruhi oleh literasi pasar modal syariah, persepsi risiko, dan social media *influencer*. Namun, hasil analisis data menunjukkan bahwa *disposable income* tidak mempengaruhi minat investasi. Persamaan kedua penelitian yakni keduanya mengkaji minat investasi saham pasar modal syariah, sedangkan perbedaannya terletak pada perspektif dan variabel pengaruh.¹⁶

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari 5 (lima) bab untuk memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai struktur pembahasan dalam penelitian. Adapun sistematika penyusunan karya ilmiah ini diuraikan sebagai berikut:

Pada Bab I Pendahuluan, berisi uraian mengenai latar belakang penelitian sebagai dasar dilaksanakannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat kajian penelitian terdahulu yang digunakan untuk menunjukkan posisi penelitian serta keterkaitannya dengan teori dan penelitian yang telah ada.

Pada Bab II Kajian Teori, menyajikan landasan teoritis

¹⁶ Mohamad Bastomi and Nurhidayah, 'Faktor Penentu Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah: Studi Pada Generasi Z Kota Malang', *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7.2 (2023), h. 185.

yang menjadi pijakan dalam penelitian. Bab ini membahas konsep-konsep yang berkaitan dengan konten edukasi, influencer, minat investasi, religiusitas, dan saham syariah sebagai dasar dalam menyusun kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

Pada Bab III Metode Penelitian, menjelaskan metode yang diterapkan dalam penelitian, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, penentuan subjek dan objek penelitian, jenis serta sumber data, teknik pengumpulan data, hingga teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

Pada Bab IV Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan, hasil penelitian yang diperoleh dari proses pengumpulan data, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan secara sistematis berdasarkan teori serta penelitian terdahulu sehingga mampu menjawab tujuan penelitian.

Pada Bab V Penutup, memuat kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta menyajikan saran-saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak terkait maupun sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.