

# Bandwagon Effect: Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Investasi Saham Mahasiswa

Irfan Helmy  
Universitas Putra Bangsa

## ARTICLE INFO

### Keywords:

*Bandwagon effect*, Literasi Keuangan, Motivasi, Minat Investasi Saham.

Email:  
risetirfan@gmail.com

## ABSTRACT

Perilaku investasi generasi muda menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti, terutama sejalan dengan perkembangan sosial media. Saat ini semakin banyak influencer dan artis yang berinvestasi saham dan mengunggahnya di sosial media. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *bandwagon effect* dan literasi keuangan terhadap minat berinvestasi saham. Selain itu, penelitian ini juga menguji variable motivasi sebagai pemediasi. Responden dalam penelitian ini berasal dari perguruan tinggi di Kabupaten Kebumen, yaitu Universitas Putra Bangsa dan IAIN Nahdatu Ulama (IAINU) sebanyak 235 mahasiswa. Untuk pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan bantuan software SMART PLS v.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *bandwagon effect* dan literatur keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham. Variable motivasi terbukti secara signifikan mampu memediasi pengaruh *bandwagon effect* dan literatur keuangan terhadap minat berinvestasi saham. Penelitian ini memberikan new insight tentang perilaku berinvestasi saham generasi muda.

Copyright © 2023 Jurnal JEAMI .All rights reserved is Licensed under a [Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Saat ini investasi saham sudah mulai banyak diminati oleh generasi muda millennial. Dalam beberapa tahun terakhir, terlihat adanya peningkatan jumlah anak muda yang berinvestasi saham. Berdasarkan informasi yang diterbitkan oleh KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia), jumlah orang yang berinvestasi di pasar saham di Indonesia pada bulan Maret 2023 mencapai 10, 7 juta. Terjadi peningkatan sebesar 3, 53% dibandingkan dengan akhir tahun 2022. Dalam hal demografi investor, mayoritas adalah pria dengan persentase 62, 80%, sedangkan perempuan sebesar 37, 20%. Dalam segmen usia, mayoritas investor berusia di bawah 30 yaitu sebanyak 58, 18%, dengan total aset senilai 52, 05 triliun. Informasi ini menegaskan semakin tingginya generasi muda yang memutuskan terjun ke dunia investasi. Akan tetapi, meskipun mengalami peningkatan yang drastis, jumlah investor muda di Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan negara tetangga yakni Malaysia dan Singapura. Rasio keterlibatan generasi muda yang berinvestasi di pasar modal kurang dari 5 persen, tertinggal jauh dari Amerika Serikat (AS) dengan rasio mencapai 55 persen, Singapura mencapai 26 persen, bahkan Malaysia mencapai 9 persen. Akan tetapi, penting bagi anak muda untuk diingat bahwa investasi saham melibatkan risiko, dan pendekatan yang hati-hati diperlukan. Sebagai investor pemula, anak muda harus melakukan riset dan belajar sebanyak mungkin sebelum memulai investasi. Penting juga bagi mereka untuk memahami bahwa investasi saham adalah jangka panjang dan bahwa fluktuasi pasar adalah

hal yang biasa. Oleh karena itu, untuk meningkatkan jumlah investor muda yang berkualitas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mendorong generasi muda untuk berinvestasi saham.

Riset terdahulu telah mengungkapkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat berinvestasi saham, diantaranya persepsi *return* dan risiko (Purboyo, Zulfikar, and Wicaksono, 2020), edukasi investasi (Setyowati, Wulandari, and Hana, 2020), kepribadian (Sarwar *et al.*, 2020), dan literasi keuangan (Raut, 2020). Akan tetapi belum banyak penelitian yang menguji peran *bandwagon effect* atau faktor 'ikut-ikutan' dalam meningkatkan minat investasi saham. Fenomena kalangan publik figure seperti artis dan *influencer* yang terjun ke dunia investasi di Bursa Efek Indonesia secara tidak langsung dapat mempengaruhi sikap masyarakat, terutama generasi milenial yang mayoritas menjadi fans dan follower di social media. Peneliti menduga terdapat faktor *bandwagon effect* dari para publik figure yang secara tidak langsung mempengaruhi minat berinvestasi saham generasi muda. Selain itu penelitian ini juga menguji dalam model penelitian pengaruh literasi keuangan dan motivasi investasi terhadap minat berinvestasi saham dipasar modal. Penelitian terdahulu yang menguji faktor yang berperan dalam meningkatkan minat investasi telah banyak dilakukan. Akan tetapi, selama ini masih jarang yang meneliti bagaimana *bandwagon effect* berpengaruh terhadap minat generasi muda untuk berinvestasi saham. Penelitian ini relevan dengan fenomena *public figure* dan *influencer* sosial media yang mulai berinvestasi saham.

Perilaku berinvestasi salah satunya dipengaruhi oleh adanya fenomena *bandwagon effect*. Dalam literatur psikologi konsumen, *bandwagon effect* memberikan dampak pada konsumen dalam melakukan permintaan bukan saja disebabkan oleh perilaku sosok yang menginspirasi. *Bandwagon effect* dilihat dari sejauh mana hasrat akan produk yang meningkat diakibatkan oleh fakta bahwa orang lain juga mengkonsumsi komoditas tersebut (Lim *et al.*, 2020). Hal tersebut merepresentasikan bahwa hasrat seseorang untuk membeli komoditas karena mengikuti orang lain (ikut arus), supaya sama dengan orang yang diikutinya tersebut, misalkan ingin terlihat modern dan bergaya. *Bandwagon effect* juga sebagai sarana utama pembentukan opini publik untuk terlihat lebih tinggi dari yang lain dan bermanfaat bagi pelaku karena dapat menjadi kegiatan yang berkonteks sosial (Kastanakis, and Balabanis, 2012). Dalam penelitian ini *bandwagon effect* menjadi faktor yang diduga hasrat mahasiswa untuk berinvestasi dipasar modal, yang dipicu oleh ketertarikan untuk mengikuti perilaku orang lain.

Literasi keuangan memberikan bekal lebih kepada mahasiswa untuk berinvestasi saham. Literasi keuangan adalah tingkat pemahaman yang seharusnya dimiliki oleh individu atau tentang beberapa aspek pendukung seperti mengenai efek dari suatu investasi yang dilakukan, dimana diawali dari sebuah pengetahuan yang paling mendasar terkait dengan valuasi investasi, dan imbal hasil pada tingkat pengembalian investasi yang diharapkan (Pangestika, and Rusliati, 2019). Keputusan investasi yang dimiliki oleh seseorang dilator belakang oleh pemahaman mengenai investasi mulai dari jenis investasi, return yang diperoleh, risiko yang akan dihadapi, hingga hal-hal yang terkait mengenai investasi apa yang akan diambil (Sitinjak, *et al.*, 2021).

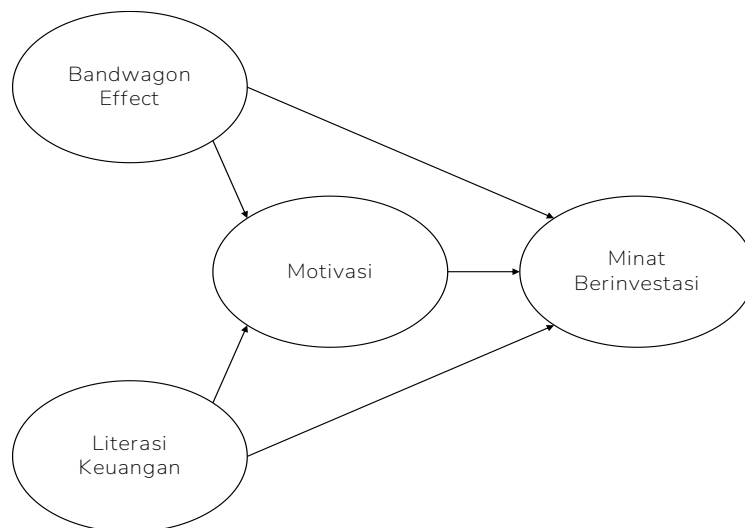
Penelitian ini menempatkan motivasi sebagai variable pemediasi. Motivasi adalah suatu dorongan yang timbul oleh adanya rangsangan dari dalam maupun dari luar sehingga seseorang berkeinginan untuk mengadakan perubahan tingkah laku/ aktifitas tertentu lebih

*Bandwagon Effect: Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Investasi Saham*

Mahasiswa. Irfan Helmy

baik dari keadaan sebelumnya (Darmawan, and Japar, 2020). Dalam berinvestasi, motivasi yang diperlukan dari seorang investor adalah motivasi dari dalam dirinya, dimana ketika seseorang ingin berubah dan mengetahui hal baru maka akan memberikan dorongan yang kuat dari dalam dirinya (Bebasari, and Istikomah, 2020). Perubahan yang di dapat ialah ingin memberikan kehidupan yang baik nantinya di masa yang akan datang dengan perubahan yang dilakukan pada saat sekarang.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *bandwagon effect* dan literasi keuangan terhadap minat berinvestasi saham melalui motivasi. Penelitian ini diharapkan mampu mengungkapkan bagaimana analisis dan model hubungan untuk variabel *bandwagon effect*, literasi pasar modal, motivasi investasi dan minat berinvestasi. Selain itu penelitian ini akan membuktikan secara empiris bagaimana peran *bandwagon effect* dalam mempengaruhi minat berinvestasi pada generasi muda melalui motivasi berinvestasi sebagai variabel pemediasi



Gambar 1. Model Empiris

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : *Bandwagon effect* berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham di Kabupaten Kebumen.
- H2 : *Bandwagon effect* berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa berinvestasi saham di Kabupaten Kebumen.
- H3 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham di Kabupaten Kebumen.
- H4 : Literasi pasar keuangan berpengaruh terhadap terhadap motivasi mahasiswa berinvestasi saham di Kabupaten Kebumen.
- H5 : Motivasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham di Kabupaten Kebumen.
- H6 : *Bandwagon effect* berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham di Kabupaten Kebumen melalui variable motivasi sebagai pemediasi.
- H7 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham di Kabupaten Kebumen melalui variable motivasi sebagai pemediasi.

## METODE

Jenis penelitian ini termasuk penelitian empiris dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena di lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Putra Bangsa dan IAINU Kebumen. Dua perguruan tinggi dipilih dengan pertimbangan sudah memiliki Galeri Investasi BEI dan kelompok studi pasar modal (KSPM) sebagai media edukasi pasar modal. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan survey dan studi pustaka. Pendekatan survey dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan bantuan aplikasi *google form*. Selanjutnya melalui teknik studi pustaka peneliti mendapatkan informasi terkait literatur terkait penelitian. Selain itu, diperoleh pula informasi terkait trend dan perkembangan informasi bursa efek di Indonesia.

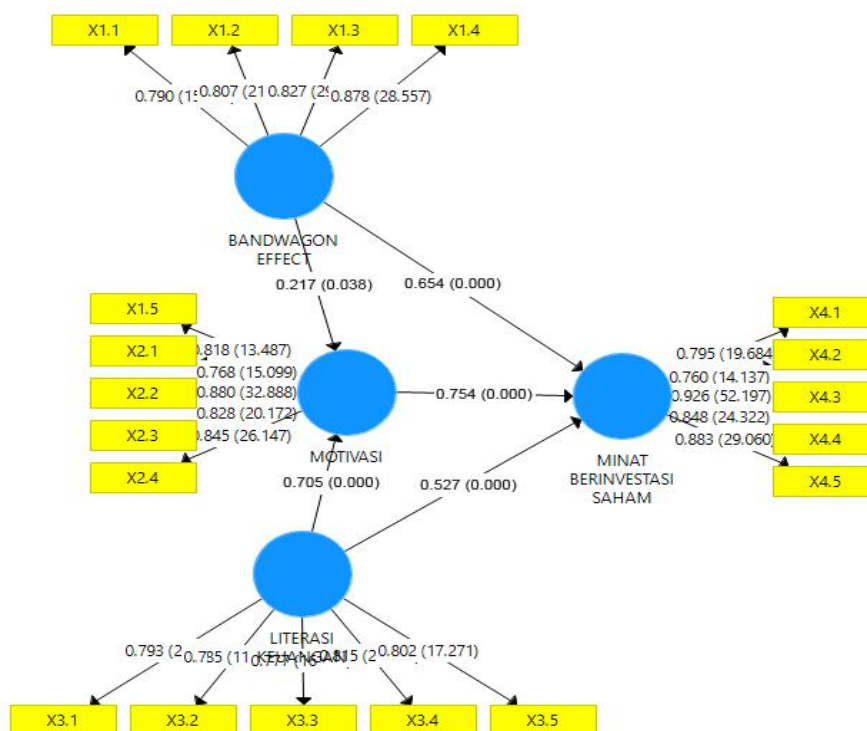
Penelitian ini menguji pengaruh *bandwagon effect* dan literasi keuangan terhadap motivasi serta dampaknya pada minat berinvestasi. Variabel *bandwagon effect* dalam penelitian ini diukur menggunakan 4-item pernyataan yang dikembangkan oleh (Oyedele, and Goenner, 2020) dengan skala sangat setuju (SS) sampai dengan sangat tidak setuju (STS). Variabel literasi keuangan mengadopsi kuesioner (Dewi, and Purbawangsa, 2018) yang terdiri dari 5-item pernyataan dengan skala sangat setuju (SS) sampai dengan sangat tidak setuju (STS). Variabel motivasi investasi diukur menggunakan 5-item pernyataan yang diadopsi dari (Amhalmad, and Irianto, 2019) dengan skala sangat setuju (SS) sampai dengan sangat tidak setuju (STS). Variabel minat investasi diukur menggunakan 5-item pernyataan yang diadopsi dari (Amhalmad, and Irianto, 2019) dengan skala sangat setuju (SS) sampai dengan sangat tidak setuju (STS). Analisis data dalam penelitian ini mempergunakan PLS-*Structural Equation Model* (SEM) dalam model dan pengujian hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan nilai cut-off signifikansi 0,70 untuk faktor pemuatan semua item di atas 0,70. Tingkat faktor pemuatan luar yang lebih tinggi menunjukkan tingkat keandalan indikator yang lebih tinggi (Hair et al. 2017). Kedua, semua nilai rata-rata yang diekstraksi (AVE) melebihi ambang 0,50, mendukung validitas konvergen dari langkah-langkah konstruk. Keandalan komposit (CR) secara tepat menjelaskan konvergensi dan konsistensi internal dari ukuran yang dikembangkan. CR memperkirakan sejauh mana masing-masing indikator menandakan konstruk laten. Estimasi CR dari variabel laten penelitian ini berkisar antara 0,859 hingga 0,925 (Tabel 2), yang melebihi nilai batas 0,7. Langkah ketiga, untuk menilai validitas diskriminan, kami memeriksa dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE untuk setiap hubungan variabel (Fornell & Larcker, 1981). Hasil penelitian menunjukkan bahwa validitas diskriminan terbentuk antara dua hubungan konstruk antar indikator dan lebih besar dari validitas antara konstruk dan konstruk lainnya (Hair et al. 2012). Koefisien alfa Cronbach untuk variabel *bandwagon effect*, literasi keuangan, motivasi dan minat berinvestasi adalah 0,806, 0,891, 0,792, dan 0,875, menunjukkan tingkat keandalan yang dapat diterima.

Tabel 1. Hasil Validitas Konvergen, Validitas Divergen dan Reliability

Instrument	CA	CR	AVE	Instrument			
				1	2	3	4
Bandwagon effect (1)	0.846	0.858	0.694	0,832			
Literasi Keuangan (2)	0.837	0.924	0.754	0.603	0,868		
Motivasi (3)	0,885	0.863	0.702	0.764	0.486	0,836	
Minat berinvestasi (4)	0,898	0.898	0.714	0.558	0.108	0.442	0,845



Gambar 2. Hasil pengujian menggunakan SMART PLS V.3

Tabel 2. Structural Equation Model Assessment

Variable	Original Samples	STDEV	t-Statistics	$\rho$ - Values	Hypothesis
BWE → MOT	0.217	0.104	2.073	0.038*	H1: diterima
LK → MOT	0.705	0.042	16.37	0.000**	H2: diterima
MOT → MIN	0.754	0.043	16.74	0.000**	H3: diterima
BWE → MIN	0.654	0.073	15.74	0.000**	H4: diterima
LK → MIN	0.527	0.098	5.387	0.000**	H5: diterima
<i>Specific Indirect Effect</i>					
BWE → MOT → MI	0.247	0.081	1.987	0.048	H6: diterima
LK → MOT → MIN	0.397	0.077	5.164	0.000*	H7: diterima

Note: \* $\rho < .05$ ; \*\*  $\rho < .001$ ;

BWE = Bandwagon effect; LK= Literasi Keuangan; MOT = Motivasi; MIN= Minat Berinvestasi.

Hasil pengujian structural pada tabel 2 menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima ( $p$ -values < 0,05). *Bandwagon effect* terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap motivasi dan minat berinvestasi saham mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh para influencer dalam hal ini selebritis atau *public figure* mampu membangkitkan motivasi mahasiswa untuk berinvestasi saham. Ketertarikan mahasiswa terhadap figure milenial yang berinvestasi saham memberikan kepercayaan dan dorongan bagi mahasiswa untuk ikut mencoba berinvestasi saham sehingga berbagai perilaku yang dilakukan oleh public figure tersebut mendorong mahasiswa untuk melakukan hal yang sama.

Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi dan minat berinvestasi saham mahasiswa. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengolah dan memahami informasi keuangan berpengaruh terhadap motivasi dan minat berinvestasi saham. Literasi keuangan memberikan seperangkat pengetahuan dan keterampilan terkait produk keuangan yang memberikan keyakinan kepada mahasiswa untuk membuat keputusan berinvestasi saham. Informasi keuangan diantaranya berupa tingkat resiko, return, dan payung hukum produk investasi. Keberadaan pusat edukasi pasar modal juga memberikan peranan penting didalam peningkatan literasi keuangan mahasiswa. Bursa Efek Indonesia telah bekerjasama dengan perguruan tinggi untuk mendirikan Galeri Investasi Pasar Modal yang bertujuan memberikan pengetahuan umum dan praktik kepada civitas akademik perguruan tinggi tentang investasi yang aman.

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi, baik kontribusi praktik maupun kontribusi ilmiah. Pertama, hasil penelitian ini membuktikan bahwa public figure atau influencer memiliki peranan yang kuat untuk mendorong mahasiswa berinvestasi saham. Oleh karena itu, pemerintah dalam hal ini Satgas Investasi perlu menggandeng para influencer untuk turut mengedukasi masyarakat terutama generasi muda untuk berinvestasi saham yang aman. Kedua, literasi keuangan terbukti mampu menumbuhkan minat investasi mahasiswa. Pihak perguruan tinggi perlu secara intensif melakukan edukasi pasar modal baik melalui bagian seperti Galeri Investasi BEI atau melalui kegiatan akademik dan non akademik. Peningkatan literasi keuangan ini akan mendorong mahasiswa untuk berinvestasi saham. Selanjutnya, dalam konteks kontribusi teoritis, penelitian ini membuktikan model penelitian baru mendukung penelitian sebelumnya terkait minat investasi generasi muda. Dalam hal ini perilaku *Bandwagon effect*, literasi keuangan dan motivasi menjadi antecedent yang signifikan mempengaruhi minat investasi generasi muda. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya, jumlah sampel yang terbatas. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel lebih besar dan dengan pendekatan sampling yang lebih dapat digeneralisasi. Penelitian ini terbatas pada jenis investasi saham konvensional, penelitian selanjutnya dapat meneliti pada saham syariah.

## KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa *bandwagon effect* dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham di Kabupaten Kebumen. Efek ini mempengaruhi mahasiswa untuk berinvestasi saham. Selain itu motivasi juga memiliki peran sebagai yang konkret sebagai variable pemediasi. Hasil ini mengindikasikan semakin tinggi *bandwagon effect* dan kemampuan literasi keuangan mahasiswa, maka akan membangkitkan motivasi yang pada akhirnya dapat meningkatkan

*Bandwagon Effect: Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Investasi Saham*

*Mahasiswa. Irfan Helmy*

minat berinvestasi saham. Penelitian ini merekomendasikan bagi pihak pemerintah dan perguruan tinggi untuk mendorong mahasiswa belajar berinvestasi saham sebagai bentuk alternatif investasi bagi pemula.

## REFERENSI

- Amhalmad, I. and Irianto, A., 2019. Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal EcoGen*, 2(4), pp.734-746.
- Cahya, B.T., 2019. Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 7(2), pp.192- 207.
- Darmawan, A. and Japar, J., 2020. Investment Knowledge, Minimal Capital, Capital Market Training and Motivation for Influence of Investment Interest in Sharia Capital Markets. *International Journal of Islamic Economics & Business Management in Emerging Market (IJIEBMEM)*, 1(01), pp.1-10.
- Dewi, M.K. and Tamara, D., 2020. The Intention to Invest in Retail Bonds in Indonesia. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9(5), pp.188-188.
- Dewi, I.M. and Purbawangsa, I.B.A., 2018. Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Serta Masa Bekerja Terhadap Perilaku Keputusan Investasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(7), p.1867.
- Forddanta, D. H. (2021) No Title, *Kontan*. Available at: <https://investasi.kontan.co.id/news/investor-muda-meningkat-bei-menekankan-pentingnya-edukasi-tentang-pasar-modal#:~:text=KONTAN.CO.ID> - JAKARTA,75%25 dari total investor domestik. (Accessed: 8 March 2020).
- Hamdan, T. (2021) No Title, *Detik Finance*. Available at: <https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-5321842/saham-mcas-naik-8-setelah-raffi-ahmad-ari-lasso-pamer-di-sosmed> (Accessed: 8 March 2021).
- Kastanakis, M.N. and Balabanis, G., 2012. Between the mass and the class: Antecedents of the “bandwagon” luxury consumption behavior. *Journal of Business Research*, 65(10), pp.1399-1407.
- Lim, H.S., Bouchacourt, L. and Brown-Devlin, N., 2020. Nonprofit organization advertising on social media: The role of personality, advertising appeals, and bandwagon effects. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Oyedele, A. and Goenner, E., (2020). Propensity to use smartbands to engage with brands and the moderating role of the bandwagon effect on satisfaction. *Journal of Consumer Behaviour*. pp. 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.08.038>.
- Pangestika, T. and Rusliati, E., 2019. Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), pp.37-42.
- Pramana, I.A B. and Badera, I.D.N., 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Risiko Investasi Saham. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(3), pp.1860-1887.
- Raut, R. K. (2020) ‘Past behaviour , financial literacy and investment decision- making process of individual investors’, *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), pp. 1243–1263. doi: 10.1108/IJOEM-07-2018-0379.
- Sarwar, D. et al. (2020) ‘Relationship of the Big Five Personality Traits and Risk Aversion with Investment Intention of Individual Investors’, *The Journal of Asian Finance, Bandwagon Effect: Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Investasi Saham*

*Economics, and Business*, 7(12), pp. 819–829. doi:  
10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.819.

Sitinjak, J.L., Afrizawati, A. and Ridho, S.L.Z., 2021. Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya di Pasar Modal. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(3), pp.134-141.

Sudarsono, M.C.S.R., 2015. Using theory of planned behavior in predicting intention to invest: Case of Indonesia. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1(2), pp.137-141.