

**Pengaruh Kepercayaan, Keputusan dan Minat Masyarakat Nusa Tenggara
Barat Terhadap Investasi Pada Aplikasi Future E-Commerce Indonesia
(FEC)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Asri Nurdianti

112031229

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

MEI

LEMBARAN PENGENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUTUSAN DAN MINAT MASYARAKAT NUSA TENGGARA BARAT TERHADAP INVESTASI PADA APLIKASI FUTURE E-COMMERCE INDONESIA (FEC)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ASRI NURDIYANTI

Nomor Induk Mahasiswa: 112031229

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 24 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Theresia Trisanti, Dr., MBA., Ak. CA.

Penguji

Dheni Indra Kusuma, SE., M.Si., Ak., CA., CFP.

Yogyakarta, 24 Juni 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



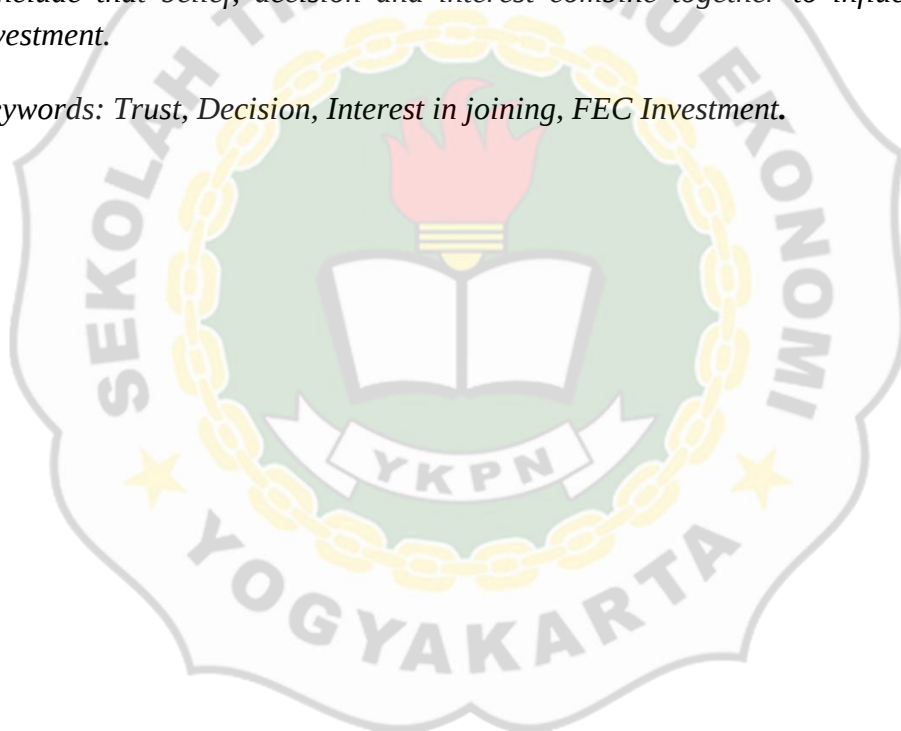
Wishu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This research examines the influence of trust, decision and interest in joining on FEC investment. This research is an associative quantitative research with a sample of 100 respondents. This research uses a questionnaire as a data collection tool. The analytical tool used is multiple linear regression using the SPSS v 23 program to process the data. The research results show that partially, 1) trust has a positive effect on FEC investment; 2) the decision has a positive effect on FEC investment; 3) interest in joining has a positive effect on FEC investment. The simultaneous test concludes that all independent variables conclude that belief, decision and interest combine together to influence FEC investment.

Keywords: Trust, Decision, Interest in joining, FEC Investment.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membuka peluang baru bagi berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi. Salah satu contohnya adalah munculnya platform investasi online yang menawarkan kemudahan dan keuntungan yang menarik bagi masyarakat. Namun, di balik kemudahan dan keuntungan tersebut, terdapat pula risiko penipuan investasi bodong yang marak terjadi. Salah satu platform yang diidentifikasi sebagai modus investasi bodong adalah Future E-Commerce Indonesia (FEC). FEC menjanjikan keuntungan besar dalam waktu singkat dengan skema piramida dan manipulasi harga. Masyarakat di Sumbawa, Nusa Tenggara Barat (NTB), menjadi salah satu target sasaran FEC dengan tingkat literasi keuangan yang relatif rendah dan mudah tergiur dengan iming-iming keuntungan besar. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), NTB menempati peringkat keempat di Indonesia dengan jumlah kasus investasi bodong terbanyak pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kerentanan masyarakat NTB terhadap penipuan investasi bodong masih cukup tinggi.

Keinginan masyarakat untuk mendapatkan keuntungan finansial dan kurangnya pengetahuan publik tentang sektor keuangan merupakan penyebab peningkatan penipuan investasi fiktif. Dalam hal ini, OJK berperan penting untuk melindungi investor dari investasi fiktif secara hukum, menambahkan bahwa OJK melindungi calon investor dan investor dengan melakukan tindakan preventif dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

represif. Tindakan preventif dilakukan oleh OJK untuk mencegah orang terjebak dalam investasi palsu, sedangkan tindakan represif dapat dilakukan oleh OJK melalui proses hukum terhadap perusahaan investasi palsu oleh tim investasi yang hati-hati.

Investasi didorong oleh adanya kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk investasi. Khotimah (2018) mendefinisikan kepercayaan sebagai bidang psikologis, dimana kepedulian untuk menerima apa yang didasarkan pada harapan akan perilaku baik dari orang lain. Akbar dan Parvez dalam (Aziz & Hendrastyo, 2019) juga menjelaskan “memiliki kepercayaan sangat penting dalam memperkuat hubungan yang stabil dan komprehensif antara berbagai pihak yang terlibat dalam interaksi”. Membangun kepercayaan investor yang tinggi merupakan prioritas utama dalam menciptakan keputusan investasi. Investor yang sudah memiliki kepercayaan akan tertarik untuk bergabung, sehingga pelaku lembaga investasi menawarkan berbagai produk dengan teknik-teknik menggiurkan dan mudah sebagai upaya membangun kepercayaan yang kuat di masyarakat yang menjadi target pelaku lembaga investasi

Minat gabung didefinisikan sebagai perasaan yang lebih menyukai dan ketertarikan terhadap sesuatu atau kegiatan tanpa diminta (Slameto, 2010). Ada lima faktor yang mempengaruhi timbulnya minat: dorongan dalam diri sendiri, kebutuhan, motif sosial, emosi atau perasaan, dan daya tarikan produksi (Sukron, 2019). Minat seseorang untuk bergabung muncul karena adanya keinginan untuk menikmati barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengetahui bahwa mereka menyukai produk tertentu yang mereka inginkan pada tahap munculnya niat (Putra dkk., 2019).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian dengan judul **"Pengaruh Kepercayaan, Keputusan dan Minat Masyarakat Nusa Tenggara Barat Terhadap Investasi Pada Aplikasi Future E-Commerce Indonesia (FEC)"** menarik perhatian peneliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap investasi pada aplikasi FEC di NTB?
2. Apakah keputusan berpengaruh positif terhadap investasi pada aplikasi FEC di NTB?
3. Apakah minat bergabung berpengaruh positif terhadap investasi pada aplikasi FEC di NTB?.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavioural (TPB)*

Theory of Planned Behavioural berasal dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang berkembang pada tahun 1967. *Theory of Reasoned Action* (TRA) melihat bagaimana norma subjektif dan sikap perilaku memengaruhi niat perilaku atau sikap seseorang. Menurut *Theory of Planned Behavioural* (TPB), minat seseorang terhadap perilaku saat melakukan tindakan tertentu memengaruhi perilaku seseorang, dan secara bersamaan norma subjektif dan sikap Model asli yang berkaitan dengan perilaku ketika seseorang memiliki kontrol atas keinginan tidak kompleks (Azjen, 1991).

2.1.2 Kepercayaan

2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Masyarakat

Perilaku konsumen yang memberikan persepsi dan dasar untuk membuat keputusan disebut kepercayaan. Menyatakan bahwa kepercayaan dapat bersifat umum atau khusus. Ini disebabkan oleh sistem sentralisasi, atau pentingnya ego (Maulana & Gumelar, 2013). Untuk memastikan bahwa pekerjaan yang mereka pilih mendapat kepercayaan masyarakat, setiap profesi harus berperilaku profesional, menurut (Bonner dan Lewis, 1990).

2.1.3 Keputusan Berinvestasi

Berpikir, mengatur, dan memecahkan masalah adalah komponen yang sering terlibat dalam membuat keputusan. Dalam lingkungan bisnis, pengambilan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

keputusan adalah proses memilih salah satu dari banyak pilihan yang akan mempengaruhi tindakan selanjutnya. Menurut (Kahneman dan Tvesky, 1979) keputusan terdiri dari tiga komponen: tindakan atau pilihan yang harus diambil, konsekuensi dari tindakan tersebut, dan probabilitas kondisional atau kontinjensi yang terkait dengan hasil dari tindakan tersebut. Pengambilan keputusan adalah proses menemukan dan memilih solusi untuk masalah atau mendapatkan keuntungan dari pasar modal (Stoner, et , 1995).

2.1.4 Minat Bergabung

Minat adalah aspek psikis yang dapat membantu seseorang mencapai tujuannya. Jika sesuatu menarik perhatian seseorang, maka mereka mungkin memberikan perhatian atau kepuasan yang lebih besar. Seseorang tidak akan tertarik pada sesuatu kecuali itu menimbulkan rasa senang. Akibatnya, tinggi rendahnya rasa senang seseorang terhadap sesuatu dipengaruhi oleh minat yang tinggi terhadap sesuatu itu (Arifin, 2018). Daya tarik dari diri sendiri dan dorongan dari luar, seperti teman, keluarga, dan orang-orang di sekitar kita serta minat yang kuat terhadap objek tertentu mendorong kita untuk mencapai tujuan (Dalyono, 2017).

2.1.5 Investasi Bodong

2.1.5.1 Investasi

Semua pengetahuan yang diperlukan untuk melakukan investasi disebut pengetahuan investasi. Pendidikan tentang investasi, terutama tentang pasar modal, dimaksudkan untuk meningkatkan minat setiap orang yang berpartisipasi dalam proses investasi. Setelah mempelajari bidang yang dilakukan, seseorang akan lebih yakin untuk berinvestasi (Tandio dan Widanaputra, 2016).

2.1.5.2 Investasi Bodong

Investasi bodong juga dikenal sebagai investasi penipuan. Investasi bodong bertentangan dengan undang-undang perbankan karena melanggar Pasal 46 Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 jo Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dan Pasal 59 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Menurut Pasal 378 KUHP, kegiatan investasi dianggap sebagai penipuan investasi dan termasuk tindakan kriminal. SanchezIni sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sanchez & dkk, 2020) yang menunjukkan bahwa praktek investasi bodong modern muncul dengan berbagai cara, salah satunya melalui media online.

Sumber : data diolah tahun 2023.

2.3 Hipotesis dan Pengembangan

2.3.1 Pengaruh kepercayaan terhadap investasi FEC

Investor dapat menggunakan informasi dari luar untuk meningkatkan kepercayaan investor terhadap aplikasi FEC. Misalnya, jika pengakuan orang sekitarnya positif, pengguna akan lebih mempercayai aplikasi tersebut. Sumber lain, seperti hasil pencarian, promosi, dan media sosial, juga menjadi pertimbangan investor dalam memberikan kepercayaan pada aplikasi FEC. Kepercayaan umum dapat didefinisikan sebagai niat kepercayaan yang membuat seseorang merasa dapat dipercayai atau mendorong seseorang untuk memperhatikan tindakan orang lain (Kim et al., 2012).

H₁: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap investasi di aplikasi FEC

2.3.2 Pengaruh keputusan terhadap investasi FEC

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Ketika kebutuhan dan harapan dipenuhi dan layanan atau produk dianggap memuaskan, itu disebut keputusan. Pengukuran keputusan pelanggan, yang merupakan bagian penting dari pengembangan sistem, dapat memungkinkan pelayanan yang lebih baik. Tingkat keputusan pelanggan dipengaruhi oleh tingkat keuntungan yang diperoleh dari mengonsumsi suatu produk tertentu. Investasi juga membutuhkan persiapan. Perencanaan investasi sangat penting untuk pengelolaan keuangan karena dengan memilih investasi yang tepat dapat memberikan pemasukan yang berkelanjutan bagi perusahaan atau individu (Susdiani, 2017). Perencanaan juga akan membantu membuat keputusan investasi yang lebih matang dan menghindari kerugian. Seseorang harus memiliki pengetahuan keuangan yang baik saat merencanakan investasi agar dapat membuat keputusan keuangan yang jelas (Putri dan Rahyuda, 2017).

H₂: Keputusan berpengaruh positif terhadap investasi di aplikasi FEC

2.3.3 Pengaruh minat bergabung terhadap investasi FEC

Bagi mereka yang memiliki minat yang lebih besar dalam investasi, mempelajari cara investasi bekerja, jenis investasi apa yang ada, dan risiko yang terlibat menjadi lebih menarik. Karena mereka lebih percaya diri dalam pengetahuan dan kemampuan mereka dalam bidang yang mereka minati, motivasi yang tinggi dapat mendorong seseorang untuk melakukan penelitian dan membuat keputusan investasi yang bijak.

Widyastuti et al. (2004) menyatakan bahwa minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati, membandingkan, dan mempertimbangkan dengan syaratnya. Minatnya adalah representasi dari jumlah

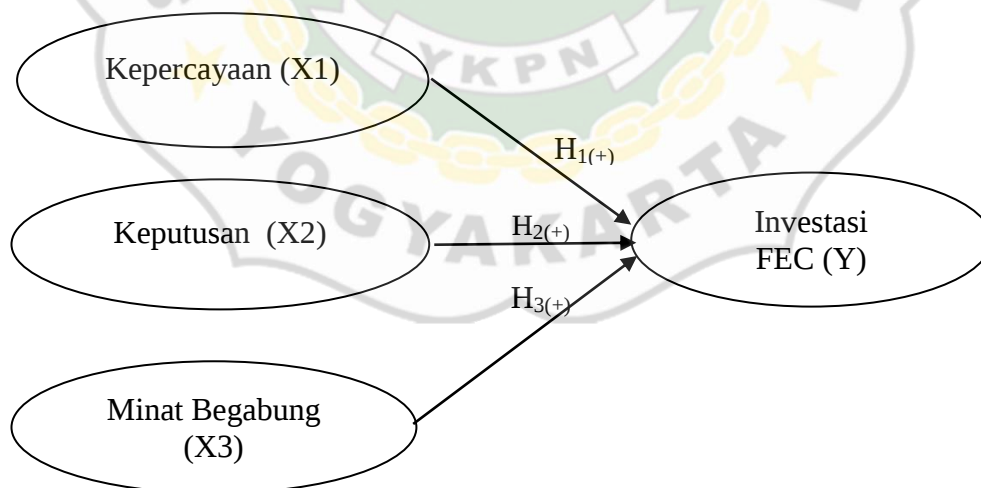
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

upaya yang dilakukan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu (Tengker dan Morasa, 2007). Hal ini di temukan oleh penelitian sebelumnya oleh Luh Komang Merawati (2015). Pengetahuan tentang investasi dan pendapatan meningkatkan keinginan untuk menanamkan modal di pasar modal.

H₃: Minat berpengaruh positif terhadap investasi di aplikasi FEC

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka pikir merupakan penjabaran dari hubungan terhadap variabel-variabel dalam penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kepercayaan (X1), keputusan (X2), minat bergabung (X3) sedangkan investasi FEC (Y) sebagai variabel dependen. Berdasarkan uraian diatas, kerangka Pikir peneliti ini bisa digambarkan sebagai berikut :



METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Tujuan dari penelitian kuantitatif ini adalah untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini akan memasukkan teori yang akan digunakan untuk menjelaskan, melamalkan, dan mengontrol gejala. Positivisme adalah inti dari penelitian kuantitatif, yang dilakukan pada populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan dengan alat penelitian, dan hipotesis diuji dengan analisis statistik. Ini akan menilai kepercayaan, keputusan, dan minat masyarakat Nusa Tenggara Barat (NTB), terhadap investasi pada aplikasi FEC.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Waktu Penelitian

3.2.2 Lokasi Penelitian

3.3 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2019:126) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Berdasarkan pendapat tersebut maka populasi dalam penelitian adalah masyarakat NTB yang pernah melakukan investasi FEC.

Sampel merupakan sebagian dari populasi, sebab jika populasi terlalu banyak, peneliti akan kesulitan untuk menjangkau keseluruhan populasi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Algifari (2010) bahwa untuk menafsirkan karakteristik suatu objek penelitian, data tidak harus mencakup semua

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

anggotanya, terutama jika anggotanya banyak dan tersebar. Penggunaan semua elemen dari objek yang diteliti memerlukan waktu yang lama dan biaya yang mahal sehingga untuk menghindari hal tersebut, maka peneliti dapat menggunakan sebagian elemen dari objek yang diteliti.

Kondisi populasi sangat berpengaruh pada metode pengambilan anggota sampel. Penelitian ini menggunakan metode *random sampling*, yang juga dikenal sebagai probabilitas sampel, karena memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk diambil sebagai sampel. Metode ini cukup objektif untuk menggambarkan karakteristik populasi sampel dan tingkat objektivitasnya. (Sli., 2016). Adapun kriteria pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang memiliki aplikasi FEC
2. Konsumen yang memiliki pengalaman mendaftar di aplikasi FEC
3. Konsumen yang mengajak orang lain untuk berinvestasi di aplikasi FEC

Untuk menetapkan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai cara penentuan sampel. Rumus tersebut adalah sebagai berikut:

3.4 Administrasi Survei

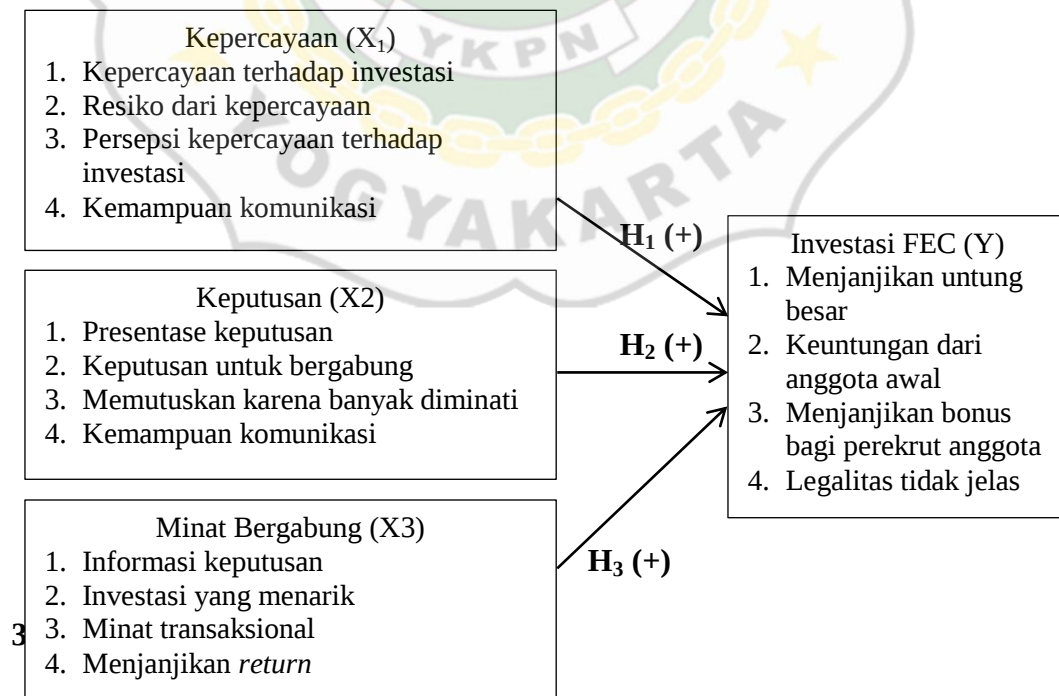
Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana kepercayaan terhadap investasi bodong berdampak pada keputusan yang dibuat terkait dengan investasi bodong. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi konsumen yang pernah mendaftar di aplikasi Financial Expense Control (FEC) dan yang pernah melakukan investasi melalui aplikasi tersebut.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Selain itu, survei dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Peneliti akan membuat kuesioner dengan 20 pernyataan, masing-masing 5 pernyataan dari 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Ini akan dilakukan dengan menggunakan *formulir Google*. Peneliti melakukan penilaian dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa skala ini digunakan untuk mengevaluasi perilaku, pendapat, dan perspektif seseorang atau kelompok orang tentang gejala sosial. Berikut ini termasuk dalam skala ini:

Kode	Keterangan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
ATS	Agak Tidak Setuju	3
AS	Agak Setuju	4
S	Setuju	5
SS	Sangat Setuju	6

3.5 Metode Penelitian



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Bagian ini berisi uraian tentang metode analisis yang digunakan, cara pengolahan data, dan analisis data disertai pembenaran atau alasan penggunaan cara analisis tersebut termasuk penggunaan statistik. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis regresi. Analisis regresi merupakan suatu metode atau teknik analisis hipotesis penelitian untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain, yang dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi. Dalam analisis regresi ini, variabel dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- a. Variabel bebas (Independent Variable). Variabel bebas adalah variabel yang memberikan perubahan pada variabel terikat (Sugiyono, 2004: 33).
- b. Variabel terikat (Dependent Variable). Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017:64).

3.7 Pengujian Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Multikolinearitas

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

3.7.3 Uji Normalitas

3.8 Pengujian Hipotesis

3.8.1 Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menentukan seberapa pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen, Uji t juga digunakan untuk mengetahui hubungan parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam uji t adalah apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka menerima H_a .

3.8.2 Uji F (Simultan)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan atau secara bersamaan. Pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap perubahan nilai variabel dependen juga diuji dengan melihat apakah variasi nilai variabel dependen dapat dijelaskan oleh nilai masing-masing variabel independen. Jika variasi nilai variabel dependen dapat dijelaskan oleh nilai masing-masing variabel independen, maka penilai Tabel Analisis Variasi Hasil Perhitungan menunjukkan nilai kritis F dan nilai F (F RATIO), yang dibandingkan untuk melakukan uji distribusi F (Drs. Algifari M. S., 2010).

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data

4.1.1 Gambaran Umum Responden

1. Data responden menurut jenis kelamin

menunjukkan bahwa 53% responden berjenis kelamin wanita sementara jumlah responden pria hanya 47%. Data yang diperoleh lebih banyak menjangkau responden wanita. Pendekatan yang digunakan oleh investor dalam berinvestasi berbeda, begitupula investor dari kalangan pria dan wanita juga memiliki cara pandang yang berbeda. keterampilan orang dalam berinvestasi tak bisa dilihat berdasarkan gender, melainkan melihat keterampilan dalam memahami pasar keuangan, analisis risiko dan pengetahuan yang lebih cerdas.

2. Data responden menurut usia

menunjukkan bahwa 20% responden memiliki rentang usia 17-20 Tahun dan 26-30 Tahun, 36% memiliki rentang usia 21-25 Tahun, sementara itu 24% responden memiliki rentang usia di atas 30 Tahun. Rentang usia 21-25 Tahun mendominasi konsumen pada aplikasi FEC di NTB dimana pada usia ini konsumen mulai cenderung berkeinginan untuk memiliki pendapatan yang tinggi dengan cara berinvestasi.

2. Data responden menurut pendidikan

Menunjukkan bahwa 32% responden memiliki pendidikan SMA/Sederajat, 9% memiliki pendidikan S1, sementara itu 59% responden memiliki pendidikan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

S1/Pascasarjana. Responden dengan pendidikan Sarjana mendominasi konsumen pada aplikasi FEC di NTB. Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap pola pikir dan keputusannya dimana orang dengan pendidikan yang tinggi tentu lebih terbuka dalam melakukan investasi terlebih investasi secara *online*, hal ini dianggap sebagai tantangan dan pengalaman.

3. Data responden menurut pekerjaan

Mngatakan bahwa 36% responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, 14% sebagai wiraswasta, 13% responden memiliki pekerjaan sebagai PNS/ASN sedangkan karyawan swasta sebanyak 34% namun tidak ada responden berprofesi sebagai TNI/Polri.

4. Data responden menurut penghasilan

menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih dominan berpenghasilan kurang dari Rp. 3.000.000/bulan yaitu sebanyak 59% dari total responden, sedangkan sebanyak 21% berpenghasilan antara Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000/bulan dan terdapat 8% berpenghasilan lebih dari Rp.5.000.000 sementara lainnya lebih dari Rp.10.000.000 sebanyak 2% responden.

4.1.2 Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa kepercayaan konsumen FEC memiliki skor minimum 2 dengan jawaban tidak setuju terhadap pernyataan kuesioner, sementara tertinggi 6 dengan jawaban sangat setuju, adapun rata-rata skor 4 dengan jawaban konsumen agak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

rata-rata konsumen agak percaya dengan investasi FEC. Standar deviasi lebih kecil dari rata-rata berarti data tidak memiliki variasi data yang rendah.

Variabel keputusan memiliki skor minimal 1 dengan jawaban sangat tidak setuju, skor tertinggi 6 dengan jawaban sangat setuju dan rata-rata skor 4 dengan jawaban agak setuju. Artinya rata-rata responden yang menjadi konsumen investasi FEC agak setuju dengan keputusan untuk berinvestasi di FEC. Standar deviasi lebih kecil dari rata-rata berarti data tidak memiliki variasi data yang rendah.

Variabel minat bergabung memiliki skor minimal 1 dengan jawaban sangat tidak setuju, skor tertinggi 6 dengan jawaban sangat setuju dan rata-rata skor 4 dengan jawaban agak setuju. Artinya rata-rata responden yang menjadi konsumen investasi FEC agak setuju dengan minat bergabung di FEC. Standar deviasi lebih kecil dari rata-rata berarti data tidak memiliki variasi data yang rendah.

Variabel investasi FEC memiliki skor minimal 1 dengan jawaban sangat tidak setuju, skor tertinggi 6 dengan jawaban sangat setuju dan rata-rata skor 4 dengan jawaban agak setuju. Artinya rata-rata responden yang menjadi konsumen FEC agak setuju dengan investasi yang ditawarkan di FEC. Standar deviasi lebih kecil dari rata-rata berarti data tidak memiliki variasi data yang rendah.

4.1.3 Hasil uji instrumen penelitian

Instrumen penelitian yang layak harus valid dan reliabel. Peneliti melakukan uji instrumen dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden sebelum digunakan untuk penelitian. Adapun hasil uji instrumen sebagai berikut:

4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner variabel kepercayaan (X1) menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dimana r tabel diperoleh dari nilai signifikansi dari $n-1$ (30-1) dan didapat nilai sebesar 0,366.

4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan (X2)

Bahwa seluruh pertanyaan kuesioner variabel keputusan (X2) menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dimana r tabel diperoleh dari nilai signifikansi dari $n-1$ (30-1) dan didapat nilai sebesar 0,366.

4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Bergabung (X3)

kuesioner variabel minat bergabung (X3) menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dimana r tabel diperoleh dari nilai signifikansi dari $n-1$ (30-1) dan didapat nilai sebesar 0,366. Berdasarkan kriteria validitas maka semua item kuesioner variabel X3 termasuk valid dan dapat digunakan lebih lanjut untuk penelitian.

4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (Y)

menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner variabel investasi FEC (Y) menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dimana r tabel diperoleh dari nilai signifikansi dari $n-1$ (30-1) dan didapat nilai sebesar 0,366.

4.11 Reliability Statistics

Nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan kuesioner termasuk kategori reliabel dan dapat digunakan lebih lanjut dalam penelitian.

4.1.2 Hasil uji asumsi klasik

Data penelitian terlebih dahulu harus melalui uji asumsi klasik untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Adapun hasil uji asumsi klasik sebagai berikut:

1. Multikolinearitas data

Uji multikolinearitas data menunjukkan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada data penelitian.

2. Heteroskedastisitas data

Menunjukkan nilai signifikansi masing-masing variabel lebih dari 0,05 sehingga disimpulkan tidak ada masalah heteroskedastisitas pada data penelitian.

3. Normalitas data

Menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,188 lebih dari 0,05 maka disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh simultan keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Hasil uji t

Hasil pengujian hipotesis parsial pada tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Variabel kepercayaan (X1) terhadap investasi FEC memiliki nilai t sebesar 3,527 lebih dari 1,984 (t tabel, N=100) dengan signifikansi sebesar 0,001 lebih

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima yaitu kepercayaan berpengaruh positif terhadap investasi FEC.

- b. Variabel keputusan (X2) terhadap investasi FEC memiliki nilai t sebesar 4,355 lebih dari 1,984 (t tabel, N=100) dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima yaitu keputusan berpengaruh positif terhadap investasi FEC.
- c. Variabel minat bergabung (X3) terhadap investasi FEC memiliki nilai t sebesar 6,731 lebih dari 1,984 (t tabel, N=100) dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima yaitu minat bergabung berpengaruh positif terhadap investasi FEC.

2. Hasil uji F

Nilai F sebesar 116, 272 > Ftabel (df 3; 96) sebesar 0,933 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, keputusan dan minat bergabung berpengaruh simultan terhadap investasi FEC.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Menyatakan bahwa Kepercayaan, keputusan, dan minat memiliki pengaruh positif terhadap investasi FEC. Ketiga faktor ini saling terkait dan berkontribusi positif terhadap investasi FEC. Kepercayaan meningkatkan minat, minat mendorong keputusan, dan keputusan mengarah pada investasi.

5.2 Saran

Masyarakat Nusa Tenggara Barat perlu hati-hati dalam memilih lembaga/perusahaan investasi untuk menghindari kerugian. Masyarakat perlu dibekali dengan pengetahuan dan pemahaman yang memadai tentang investasi, serta penengakan hukum yang tegas terhadap investasi ilegal, untuk menciptakan iklim investasi yang sehat dan terhindar dari kerugian.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Schlarbaum. (1977). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi (Survei Pada Mahasiswa STIE Wikar.*
- Kahneman dan Tvesky. (1979). *MODAL INVESTASI AWAL DAN PERSEPSI RISIKO dalam keputusan berinvestasi.*
- Bonner dan Lewis. (1990). *Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah*, 25.
- Azjen. (1991). *pengeruh sikap norma subjektif dan perepsepsi resiko terhadap terhadap minat pengguna mengunkan elektronik e mony saat pandemi covid 19.*
- Stoner, et . (1995). *MODAL INVESTASI AWAL DAN PERSEPSI RISIKO dalam keputusan berinvestasi.*
- Tendelilin. (2001). *mewaspadai invrstasi bodong dan arisan berantai online di desa kerinjing kecamatan tanjung raja kabupaten ogan illi.*
- Mewen dan Minor. (2002). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*, 312.
- Jogiyanto. (2003). *mewaspadai invrstasi bodong dan arisan berantai online di desa kerinjing kecamatan tanjung raja kabupaten ogan illi.*
- Yulianto dan Waluyo. (2004). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRIPTHA KUDUS .*
- Bustanuddin. (2006). *pengaluh pelaksanaan kenduri (pesta panen) terhadap perekonomian dan kepercayaan masyarakat kerinci, privinsi jambi*, 47.
- Widoatmodjo,ddk. (2007). *mewaspadai invrstasi bodong dan arisan berantai online di desa kerinjing kecamatan tanjung raja kabupaten ogan illi.*
- Cohen dan Kudryavtsev. (2012). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi (Survei Pada Mahasiswa STIE Wikara).*
- Jain & Mandot . (2012). *PENGARUH HERDING, PENDAPATAN DAN USIA TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PADA MAS .*
- Puspitaningtyas. (2012). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PELATIHAN PASAR MODAL .* Arsil. (2013).