

ABSTRAK

Rizwan Ardiansyah (1229220101): Pengaruh Media Sosial, Platform Investasi dan Penegtahuan Pasar Modal Syariah terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses informasi melalui media sosial maupun platform investasi telah secara signifikan meningkatkan partisipasi generasi muda dalam pasar modal. Namun, kemudahan ini memunculkan permasalahan kritis mengenai bagaimana mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi Islam mengambil keputusan investasinya. Keputusan investasi mahasiswa seharusnya tidak sekadar didorong oleh tren digital atau kemudahan teknologi semata, tetapi juga harus mempertimbangkan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah.

Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah keputusan investasi mahasiswa benar-benar dipengaruhi oleh pemahaman terhadap pasar modal syariah, atau lebih didominasi oleh pengaruh media sosial dan kemudahan platform investasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah secara parsial maupun simultan terhadap keputusan investasi mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei kausal ekplanatori. Teknik pengambilan sampel menerapkan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur secara daring kepada 107 responden, yang merupakan mahasiswa aktif dari sembilan fakultas di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Data dianalisis menggunakan Regresi Linear Berganda melalui perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Secara rinci, media sosial memberikan pengaruh dengan nilai t-hitung 2,358 (signifikansi 0,020) dan koefisien regresi 0,177. Platform investasi menjadi variabel yang paling dominan dengan nilai t-hitung 6,982 (signifikansi $< 0,001$) dan koefisien regresi 0,484. Selanjutnya, pengetahuan pasar modal syariah juga turut berpengaruh dengan nilai t-hitung 5,299 (signifikansi $< 0,001$) dan koefisien regresi 0,273.

hasil pengujian secara simultan (uji F) membuktikan bahwa media sosial, platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi (F-hitung 89,293; signifikansi $< 0,001$). Adapun nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,722 menunjukkan bahwa 72,2% variasi dari keputusan investasi mahasiswa mampu dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 27,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: *Media Sosial, Platform Investasi, Pengetahuan Pasar Modal Syariah, Keputusan Investasi, Mahasiswa*