

MINAT INVESTASI SAHAM PERUSAHAAN GO PUBLIC PADA ERA PANDEMI COVID-19

Soemaryono

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

e-mail: maryonofeuwks@gmail.com

ABSTRACT

The formulation of the problem in this study is whether behavioural attitudes, subjective norms, income and stock market prices affect the interest in investing a share of go public companies in the Covid-19 pandemic and which of these factors has the greatest contribution to interest in investing in go public companies. The research sample of potential investors who are interested in investing go public companies in the era Covid-19 pandemic. There are 127 samples, the same as the answers to the returned questionnaire. The variable includes independent variables behavioural attitudes, subjective norms, income, and stock market prices. The dependent variable is the interest in stock investment. The research analysis model uses a multiple linear regression model with an econometric evaluation with classical assumptions including a multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test. While the hypothesis testing uses a t-test and determination test with a significant level of 5%. The test result shows a significant value of all factors below 5%, so the first hypothesis is accepted. Behavioural attitudes, subjective norms, income and stock market prices individually have a significant effect on investment interest in go public companies in the era of the Covid-19 pandemic. The second hypothesis is accepted because the value of the coefficient of determination of the stock market price factor is the largest, which is 0,991 or 99,1%, so the stock market price factor has the largest contribution to investing go public companies era Covid-19 pandemic.

Keywords: attitude; income; interest; norm; price

ABSTRAK

Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah faktor sikap berperilaku, norma subyektif, pendapatan dan harga pasar saham berpengaruh terhadap minat investasi saham perusahaan go public pada era pandemi Covid-19 dan dari faktor tersebut manakah yang mempunyai kontribusi yang paling besar terhadap minat investasi saham pada perusahaan go public. Sampel penelitian calon investor yang berminat investasi saham pada perusahaan yang go public Pada Era pandemi Covid-19. Jumlah sampel sebesar 127 sesuai dengan jawaban kuisioner yang dikembalikan. Variabel penelitian meliputi Variabel bebas yaitu faktor sikap berperilaku, norma subyektif, pendapatan dan harga pasar saham dan variabel terikat yaitu minat investasi saham. Model analisis penelitian menggunakan model regresi linier berganda yang dilakukan evaluasi ekonometrik dengan asumsi klasik meliputi uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji otokorelasi. Sedangkan Pengujian hipotesis menggunakan uji-t dan uji determinasi dengan taraf signifikan 5%. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikan semua faktor dibawah taraf signifikan 5%, sehingga hasil hipotesis pertama diterima, faktor sikap berperilaku, norma subyektif, pendapatan dan harga pasar saham secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat investasi saham perusahaan go public pada era pandemi Covid-19. Hipotesis kedua diterima karena nilai koefisien determinasi faktor harga pasar saham paling besar yaitu 0,991 atau 99,1% sehingga faktor harga pasar saham memiliki kontribusi yang paling besar terhadap minat investasi saham perusahaan go public pada era pandemi Covid-19.

Kata kunci: sikap; norma; pendapatan; harga; minat

PENDAHULUAN

Perusahaan yang *go public* merupakan perusahaan yang menjual saham pada masyarakat, sehingga bisa dikatakan perusahaan tersebut telah menerima dana dari masyarakat. Masyarakat sebagai investor melakukan investasi saham karena mempunyai kepercayaan terhadap perusahaan

tersebut. Dalam kondisi perekonomian yang belum stabil akibat dampak pandemi Covid-19, investor akan memilih investasi yang paling menguntungkan dan aman dalam menanamkan modalnya. Salah satunya berupa investasi saham. Menurut Husnan (2019) Salah satu faktor yang dipertimbangkan investor mengambil keputusan

untuk investasi saham adalah prospek perusahaan yang baik. Harga saham yang selalu meningkat serta *capital gains*. Hartono (2016) faktor yang dilakukan oleh investor untuk melakukan investasi saham diantaranya harga saham yang meningkat seiring dengan meningkatnya keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut yang diikuti dengan aktifnya perdagangan saham yang terjadi dipasar modal.

Bursa efek Indonesia yang merupakan pasar sekunder dalam perdagangan saham dua tahun terakhir ini mengalami penurunan aktivitasnya, hal ini karena adanya pengaruh pandemi Covid-19 yang melanda hampir seluruh negara. Di Indonesia saat kondisi pandemi Covid-19 semua sektor usaha mengalami penurunan, tidak terkecuali kegiatan transaksi di pasar modal. Kondisi pandemi Covid-19 sangat terasa dampaknya bagi perusahaan yang melakukan *go public*. Tetapi akhir tahun 2021 berangsur kondisi semakin membaik. Dengan semakin meredanya pandemi Covid-19 dan tidak ada batasan masyarakat untuk beraktifitas, berdampak pula pada kondisi peningkatan transaksi perdagangan saham yang terjadi di bursa efek Indonesia. Hal ini terlihat semakin meningkatnya para calon investor mengikuti perkembangan transaksi perdagangan saham di pasar modal. Minat masyarakat dalam berinvestasi saham merupakan potensi yang besar untuk meningkatkan perekonomian Indonesia, karena peluang pasar modal untuk menghimpun dana melalui Bursa Efek Indonesia dapat diserap secara optimal.

Dalam mengapresiasi minat investor untuk melakukan investasi saham ini pihak manajemen Bursa Efek Indonesia harus melakukan sasaran pemasaran yang efektif dan mampu memahami perilaku investor. Pengetahuan tentang perilaku konsumen mutlak diperlukan terlebih lagi pada era kondisi pemulihan perekonomian negara yang terdampak dari wabah pandemi Covid-19. Akan tetapi untuk memahami perilaku konsumen secara utuh tidak mudah karena masyarakat mempunyai kebutuhan yang sangat kompleks. Selain itu kebutuhan masyarakat juga bisa dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal lainnya yang berakibat langsung pada perilakunya. Rahmawati (2016) Terdapat empat faktor untuk melakukan pembelian diantaranya faktor kultural, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologis. Menurut Sumarwan (2015) Dalam pengambilan keputusan terdapat faktor eksternal dan faktor internal mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian. Firmansyah (2018) Sikap

merupakan lingkungan perasaan konsumen tentang suatu obyek dan sikap merupakan kepercayaan konsumen terhadap suatu atribut. Hartono (2016) intensi atau niat merupakan fungsi dari dua determinan dasar yaitu sikap individu terhadap perilaku dan persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan sesuatu yang disebut dengan norma subyektif, sikap dipengaruhi keyakinan akan hasil dari tindakan, norma subyektif dipengaruhi keyakinan akan pendapat orang lain.

Komponen sikap dibentuk dari keyakinan akan akibat berperilaku dan evaluasi tentang akibat, sedangkan norma subyektif dibentuk dari keyakinan normatif atas akibat berperilaku dan motivasi untuk menuruti referen. Berdasarkan pola teori tindakan masalah, minat konsumen dalam membeli dipengaruhi oleh sikap, yang mana sikap ditentukan oleh keyakinan dan evaluasi manfaat yang diperoleh dalam melakukan pembelian serta norma subyektif yaitu pengaruh dari pihak lain. Terutama dalam hal pembelian atau investasi saham, persepsi tentang saham tergantung informasi yang diperoleh dari interaksi terutama menyangkut faktor resiko. Berdasarkan hal tersebut rumusan masalah dalam penelitian ini apakah faktor sikap berperilaku, norma subyektif, pendapatan, dan harga pasar saham berpengaruh terhadap minat investor dalam investasi saham perusahaan yang *go public* dari faktor-faktor tersebut manakah yang memberi kontribusi terbesar terhadap minat investasi saham pada perusahaan *go public* pada era pandemi Covid-19.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan manifestasi perilaku manusia yang sangat kompleks terutama disebabkan oleh banyaknya variabel yang berpengaruh dan kecenderungannya untuk saling berinteraksi. Sumarwan (2015) menyatakan perilaku konsumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh individu atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam memperoleh serta menggunakan barang atau jasa yang dipengaruhi oleh lingkungan. Menurut Firmansyah (2018) perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan pada orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang dan jasa.

Sikap dan Minat

Sikap akan memberikan perilaku manusia untuk memberikan penilaian dalam sebuah keputusan untuk menolak atau menerima obyek

yang dihadapi. Kotler dan Keller (2016) Minat melakukan pembelian merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap obyek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Haerani (2013) menyatakan bahwa sikap adalah organisasi yang relatif menetap dari perasaan, keyakinan dan kecenderungan perilaku terhadap obyek tertentu. Menurut Rahmawati (2016) sikap merupakan sarana untuk menilai baik atau buruk terhadap suatu obyek. Dari aspek sikap apabila diterapkan dalam konteks perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan, maka ada hubungan erat antara sikap seseorang dengan minatnya terhadap suatu obyek. Menurut Tandio dan Widanaputra (2016) Dalam berinvestasi seseorang akan berminat apabila didorong dengan faktor-faktor pendukung seperti perilaku pasar modal dan return perusahaan.

Tanusdjaja (2012) Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi antara lain faktor psikologis. Sedangkan perilaku seseorang tergantung pada minatnya, sedangkan minat itu sendiri tergantung pada dua hal yaitu sikap berperilaku dan norma subyektif. Selanjutnya sikap berperilaku dibentuk dari keyakinan akan akibat perilaku dan evaluasi tentang konsekuensi, norma subyektif dibentuk dari keyakinan normatif dan motivasi. Dengan demikian menurut teori reasoned action pada dasarnya minat seseorang untuk melakukan sesuatu atau berperilaku dipengaruhi faktor internal individu dan faktor eksternal.

Saham

Suwardjono (2015), saham merupakan bentuk penyertaan dalam modal pada badan usaha yang bentuknya perseroan terbatas, sedangkan sebagai tanda bukti ikut penyertaan tersebut dikeluarkan surat berharga saham kepada para pemilik perusahaan yaitu pemegang saham, sehingga orang yang memiliki saham tersebut berarti ikut memiliki perusahaan. Perusahaan yang menjual sahamnya kepada masyarakat umum menunjukkan perusahaan tersebut merupakan perusahaan *go public* dan sahamnya dijual belikan didalam pasar skunder. Di Indonesia pasar skunder namanya Bursa Efek Indonesia. Menurut Husnan (2019) apabila terjadi jual beli saham didalam pasar skunder maka yang diharapkan oleh para investor adalah *capital gain*. *Capital gain* diperoleh dari selisih harga pasar pembelian saham dengan dengan harga pasar penjualan saham tersebut.

Penelitian Terdahulu

Arianti (2015) penelitian mengenai analisis faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam membeli perumahan secara angsuran di Surabaya. Faktor yang diuji dalam penelitian ini faktor sikap berperilaku, faktor norma subyektif, faktor pendapatan, dan faktor lokasi perumahan. Untuk faktor sikap berperilaku meliputi keyakinan diri akan manfaat dan evaluasi akan manfaat. Sedangkan faktor norma subyektif meliputi keyakinan pendapat orang lain dan motivasi menuruti pendapat orang lain. Hasil uji hipotesis menghasilkan kesimpulan semua faktor yang diuji mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen membeli perumahan secara angsuran di Surabaya. Sedangkan faktor pendapatan konsumen merupakan faktor yang berpengaruh paling dominan.

Sukarsono (2015), melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk deposito di bank. Faktor yang diuji meliputi faktor keamanan, faktor pendapatan bunga deposito, dan faktor konsistensi penerimaan pendapatan bunga. Hasil uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa semua faktor atau variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk melakukan deposito dananya di bank.

H₁ : Faktor sikap berperilaku, norma subyektif, pendapatan, dan harga pasar saham secara individual berpengaruh terhadap minat investasi saham pada perusahaan *go public*.

H₂ : Faktor harga pasar saham memberikan kontribusi yang paling besar terhadap minat investasi saham pada perusahaan *go public*.

METODE PENELITIAN

Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *judgement sampling*, salah satu pertimbangan yang digunakan adalah responden yang dipilih merupakan responden yang belum pernah investasi saham pada perusahaan *go public*. Jumlah sampel sebanyak 127 orang sesuai dengan jumlah responden yang mengembalikan jawaban kuisioner penelitian.

Identifikasi Variabel

Variabel penelitian ini meliputi variabel terikat yaitu minat masyarakat dalam investasi saham pada perusahaan yang *go public* (Y). Sedangkan Variabel bebas meliputi faktor sikap berperilaku

(X_1), faktor norma subyektif (X_2), faktor pendapatan (X_3), faktor harga pasar saham (X_4). Sikap berperilaku adalah sikap masyarakat terhadap keputusan untuk investasi saham, norma subyektif adalah gagasan orang lain yang menghendaki agar masyarakat atau konsumen tersebut melakukan investasi saham, pendapatan adalah penghasilan bersih yang diperoleh masyarakat dalam periode tertentu, harga pasar saham yakni reaksi masyarakat terhadap harga saham yang berlaku dipasar.

Model Dan Teknik Analisis

Model analisis hasil penelitian yang digunakan adalah model analisis regresi berganda yang

diturunkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e1$$

Dalam menggunakan model regresi linier berganda dilakukan evaluasi ekonometrik Menurut Gujarati (2012) dengan asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji otokorelasi. Teknik analisis data menggunakan aplikasi SPSS, pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t dan nilai koefisien determinasi (R^2).

Tabel 1

Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Keyakinan Terhadap Atribut

No.	Atribut	Skala Nilai					Jumlah	
		3	2	1	-1	-2		-3
1	Harga pasar saham meningkat	24	87	8	4	3	1	127
2	Capital gains	28	91	3	2	2	1	127
3	Kredibilitas emiten	27	91	5	1	2	1	127
4	Konsistensi emiten	38	101	2	3	2	1	127
5	Laba Selalu meningkat	24	92	2	6	3	1	127
6	Manajemen profesional	17	83	19	2	4	2	127
7	Pasar modal selalu bergairah	18	87	7	5	1	9	127
8	Sewaktu-waktu dijual kembali	43	77	3	1	2	1	127

Keterangan: 3 = Sangat yakin; 2 = Yakin; 1 = Agak yakin;

-3 = Sangat tidak yakin; -2 = Tidak yakin; -1 = Agak tidak yakin

Sumber: data diolah

Tabel 2

Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Keyakinan Terhadap Pendapat Referen

No.	Pendapat Referen	Skala Nilai					Jumlah	
		3	2	1	-1	-2		-3
1	Suami/Istri, Anak	18	90	13	2	3	2	127
2	Saudara	20	73	23	5	3	3	127
3	Teman	13	78	10	9	5	2	127
4	Pialang	43	68	6	5	3	2	127

Keterangan: 3 = Sangat yakin; 2 = Yakin; 1 = Agak yakin;

-3 = Sangat tidak yakin; -2 = Tidak yakin; -1 = Agak tidak yakin

Sumber: data diolah

PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel Faktor Sikap Berperilaku (X_1)

Sikap berperilaku dibentuk oleh komponen keyakinan dan komponen evaluasi. Komponen keyakinan menggambarkan seberapa kuat keyakinan masyarakat/calon investor terhadap atribut yang dimiliki saham.

Variabel Faktor Norma Subyektif (X_2)

Norma subyektif merupakan referen atau acuan mengajak masyarakat untuk mengikuti

kehendak atau saran orang lain sehingga masyarakat melakukan investasi saham.

Variabel Faktor Pendapatan (X_3)

Tingkat Pendapatan dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk investasi saham, karena tingkat pendapatan mencerminkan kemampuan masyarakat untuk melakukan investasi. Tingkat pendapatan dapat juga mempengaruhi masyarakat atau calon investor untuk membeli jumlah lembar saham.

Variabel Faktor Harga Pasar Saham (X_4)

Harga pasar saham merupakan suatu hal yang wajar apabila investor mengharapkan selalu meningkat. Karena salah satu harapan dalam investasi saham adalah capital gains yang akan diperoleh. Bagi penjual harga merupakan aspek pertama dalam bauran pemasaran yang

diperhatikan. Sedangkan bagi pembeli harga merupakan salah satu aspek ikut menentukan memuaskan akan kebutuhannya, sehingga bagi pembeli harga salah satu faktor untuk menentukan keputusan dalam pembelian.

Tabel 3
Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda

Faktor	Koefisien Regresi	T Hitung	Signifikan
Sikap Berperilaku (X_1)	0,03984	7,394	0,000
Norma Subyektif (X_2)	0,01907	3,147	0,002
Pendapatan (X_3)	0,142	3,028	0,003
Harga Pasar Saham (X_4)	0,01484	4,661	0,000
Konstanta	= -0,221		
R	= 0,792		
R ²	= 0,628		
F test	= 40,083		
Signifikan	= 0,000		
Durbin Watson	= 1,876		

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4
Koeffisien Determinasi Secara Parsial

Faktor	Koeffisien Determinasi (R ²)
Sikap berperilaku (X_1)	0,870
Norma subyektif (X_2)	0,832
Pendapatan (X_3)	0,894
Harga pasar saham (X_4)	0,991

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Uji Ekonometrik

Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian multikolinieritas nilai Variance Inflation Faktor (VIF) untuk faktor sikap berperilaku (X_1) 1,150., faktor norma subyektif (X_2) 1,009., faktor pendapatan (X_3) 1,119 dan faktor harga pasar saham (X_4) 1,202. Sesuai dengan Agus (2016) karena nilai VIF dibawah 10 maka semua faktor yang diteliti tidak ada multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Hasil perhitungan gejala heterokedastisitas menunjukkan nilai signifikan faktor sikap berperilaku (X_1) 0,671, faktor norma subyektif (X_2) 0,626, faktor pendapatan (X_3) 0,982 dan faktor harga pasar saham (X_4) 1,107. Sedangkan taraf signifikan 0,05. Karena semua nilai signifikan

pengujian diatas taraf signifikan, maka semua faktor yang diteliti tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Menurut Agus (2016), uji autokorelasi menggunakan nilai durbin watson. Dari hasil perhitungan nilai durbin watson sebesar 1,876. Sedangkan nilai durbin watson dengan taraf signifikan 5% menunjukkan dt 1,46 dan du 1,63. Jadi $1,63 < 1,876 < (4 - 1,46)$ Sehingga menunjukkan analisis regresi berganda dalam penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

Uji Validitas Dan Uji Realibilitas

Agus (2015), menyatakan dikatakan valid apabila probabilitas < nilai alfa. Adapun nilai alfa yang digunakan sebesar 5%. Hasil uji validitas

nilai atribut semua variabel penelitian ini menunjukkan hasil lebih kecil dari tingkat alpha 5%. Sehingga semua atribut dalam penelitian menunjukkan valid. Menurut Maholtra (2016) kriteria reliabilitas dikatakan andal (reliabel) apabila besarnya koefisien masing-masing variabel lebih besar dari 0,70. Hasil uji reliabilitas terhadap variabel faktor dalam penelitian ini semua menunjukkan diatas nilai 0,70. Sehingga dapat disimpulkan semua variabel faktor penelitian menunjukkan hasil yang reliabel.

Analisis Regresi

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda pada tabel 3, sehingga persamaan linier regresi berganda menunjukkan sebagai berikut

$$Y = -0,221 + 0,03984 X_1 + 0,01907 X_2 + 0,142 X_3 + 0,01484 X_4$$

Koefisien regresi pada persamaan regresi menunjukkan arah yang positif. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan jika faktor sikap berperilaku naik satu satuan maka minat masyarakat untuk investasi saham akan naik sebesar 0,03984, dengan asumsi faktor lain tetap. Begitu juga yang terjadi pada faktor yang lain.

Koefisien Determinasi

Dalam Tabel 3 nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,628. Ini menunjukkan besarnya pengaruh faktor sikap berperilaku (X_1), faktor norma subyektif (X_2), faktor Pendapatan (X_3) dan faktor harga pasar saham (X_4) terhadap faktor minat investasi saham (Y) sebesar 62,8%, sedangkan sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model. Tabel 4 Menunjukkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi secara parsial.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pertama digunakan uji-t dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Masing faktor terdapat pada tabel 3. Faktor sikap berperilaku (X_1) = 0,00., faktor norma subyektif (X_2) = 0,002 Faktor Pendapatan (X_3) = 0,003., Faktor Harga pasar saham (X_4) = 0,000

Keseluruhan nilai signifikan masing-masing faktor menunjukkan nilai dibawah taraf signifikan 0,05. Sehingga hasil hipotesis pertama yakni secara individual terdapat pengaruh yang signifikan faktor sikap berperilaku, faktor norma subyektif, faktor pendapatan, faktor harga pasar saham terhadap faktor minat investasi saham pada perusahaan yang *go public*.

Pengujian hipotesis kedua menggunakan nilai koefisien determinasi parsial (R^2). Tabel 3 menunjukan hasil nilai koefisien determinasi masing-masing faktor sebagai berikut, faktor sikap berperilaku (X_1) 0.870., faktor norma subyektif (X_2) 0,832., faktor pendapatan (X_3) 0,894 faktor harga pasar saham (X_4) 0,991. Hipotesis kedua diterima karena dari hasil perhitungan koefisien determinasi faktor harga pasar saham (X_4) menunjukkan nilai paling besar yaitu sebesar 0,991 berarti faktor harga pasar saham memberikan kontribusi paling besar terhadap minat investasi saham pada perusahaan yang *go public*.

PENUTUP

Kesimpulan

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,628 menunjukan besarnya pengaruh faktor sikap berperilaku, faktor norma subyektif, faktor pendapatan, faktor faktor harga pasar saham terhadap minat investasi saham sebesar 62,8% sedangkan sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

Pengujian hipotesis menggunakan uji-t dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05. Sedangkan hasil pengujian nilai signifikan masing-masing faktor menunjukkan faktor sikap berperilaku 0,000 faktor norma subyektif 0,002 faktor pendapatan 0,003 faktor harga pasar saham 0,000. Keseluruhan nilai signifikan masing-masing faktor dibawah taraf signifikan 0,05. Sehingga semua faktor yang diuji secara individual berpengaruh terhadap faktor minat investasi saham pada perusahaan yang *go public*.

Nilai koefisien determinasi parsial faktor harga pasar saham menunjukan nilai yang paling besar yakni 0,991, berarti faktor harga pasar saham memberikan kontribusi yang paling besar terhadap minat investasi saham pada perusahaan *go public*.

Keterbatasan dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya

Keterbatasan dalam penelitian ini pada jumlah variabel bebas yang diteliti dan tingkat kesulitan dalam mencari responden karena masih suasana kondisi pandemi Covid-19. Responden masih merasa khawatir untuk diajak berinteraksi. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya perlu ditambahkan variabel penelitian yang lain diantaranya variabel motivasi, variabel pemahaman laporan keuangan, variabel suku bunga yang berlaku dipasa dan variabel surat berharga lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Widarjono, Agus. (2015). *Statistika Terapan Dengan Dengan Excel Dan SPSS*. UPP-STIM Yogyakarta.
- Widarjono, Agus. (2016). *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya*. Edisi Keempat. UPP-STIM Yogyakarta.
- Arianti. (2015). Penelitian Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Membeli Rumah Secara Angsuran Di Surabaya. *STIE Artha Bodhi Iswara*
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Cetakan Pertama. Penerbit Budi Utama
- Gujarati, Damodar. N. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Edisi 5. Erlangga Jakarta
- Haerani, Siti. (2013). Sikap Konsumen Terhadap Menabung di Kota Ujung Pandang. *Tesis Program Pasca sarjana Universitas Gajah Mada Yogyakarta*.
- Hartono, Jogiyanto. (2016). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. Edisi 11. BPFE-Yogyakarta.
- Husnan, Suad. (2019). *Dasar-Dasar Teori Porto Folio dan Analisis Sekuritas*. UPP-STIM YKPN Yogyakarta.
- Kotler, Philip, and Keller K. Lene. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Erlangga
- Malhotra, Naresh. K, dan Dash. S. (2016). *Marketing Research an Applied Orientation*. 7 Edition. Chennai Pearson India Education Services.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Pers
- Sukarsono, Bambang. (2015). Penelitian: Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk deposito di Bank. *Universitas Wijaya Kusuma Surabaya*.
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.
- Suwardjono. (2015). *Pengantar Akuntansi*. BPFE-UGM Yogyakarta
- Tandio, T, dan Wudanaputra. AAGP. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi, Resiko, Gender Dan Kemajuan Teknologi pada Minat Investasi. *E-Jurnal Akuntansi Udayana*. 16 (3)
- Tanusdjaja, H. (2012). Keputusan Investasi Investor Individu Berdasarkan Kompetensi, Overconvidence dan Pendidikan. *Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.