

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian mengenai pengaruh *Social Media Marketing*, Perilaku Keuangan, dan *Customer Trust* terhadap Minat Investasi Pasar Modal Syariah pada kalangan mahasiswa di Kota Cirebon adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pada variabel *social media marketing* (X_1) menunjukkan yang berarti *social media marketing* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi. Kemudian rata-rata skor indikator *Social Media Marketing* termasuk kategori tinggi, kemudian indikator dengan nilai tertinggi yaitu indikator kesepuluh “Terhubung dengan info investasi”. Untuk indikator dengan nilai terendah rata-rata, yaitu indikator pertama “Kejelasan informasi yang disampaikan”.
2. Hasil uji hipotesis pada variabel perilaku keuangan (X_2) menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi. Kemudian rata-rata skor indikator perilaku keuangan termasuk dalam kategori tinggi. Dilanjut indikator dengan nilai tertinggi yaitu indikator sebelas “Penuh pertimbangan dalam berhutang”. Adapun indikator dengan nilai rata-rata terendah, yaitu indikator keenam “Keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran”.
3. Hasil uji hipotesis pada variabel *Customer Trust* (X_3) terbukti memiliki hubungan yang relevan dan berpengaruh terhadap minat investasi. Dengan rata-rata skor indikator perilaku keuangan termasuk dalam kategori tinggi. Kemudian indikator dengan nilai tertinggi yaitu “Kejujuran dalam menyampaikan informasi produk dan layanan”. Adapun indikator dengan nilai rata-rata terendah yaitu indikator pertama “Membantu pelanggan mencapai tujuan investasi”.
4. Variabel Minat Investasi mempunyai nilai rata-rata skor masuk dalam kategori tinggi, kemudian memiliki indikator tertinggi yaitu “Keinginan untuk meningkatkan pengetahuan investasi syariah”. Adapun indikator

dengan nilai rata-rata terendah adalah “Keyakinan bahwa investasi syariah aman”. Secara keseluruhan, Nilai *R-Square* sebesar 0.631 atau 63,1% menampilkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Minat Investasi mahasiswa dalam kategori kuat. Meskipun hanya *Customer Trust* yang berpengaruh signifikan secara parsial, namun secara simultan seluruh variabel memberikan kontribusi terhadap terbentuknya minat investasi mahasiswa di Kota Cirebon. Dengan demikian, hipotesis H_3 yang menyatakan bahwa *Social Media Marketing*, Perilaku Keuangan, dan *Customer Trust* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi dapat dinyatakan diterima.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian pada variabel *Social Media Marketing* terdapat penilaian terkecil pada indikator “Kejelasan informasi yang disampaikan.” Hal ini dapat diperbaiki dengan beberapa hal, salah satunya adalah perusahaan atau *platform* investasi memperkuat strategi pemasaran digital melalui penyediaan konten yang lebih kredibel, edukatif, dan berorientasi pada kebutuhan informasi calon investor. Penyajian materi yang komprehensif seperti penjelasan produk, fitur layanan, risiko investasi, serta contoh simulasi pengelolaan aset diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan ketertarikan masyarakat terhadap investasi. Selain itu, konsistensi dalam pengunggahan konten, pemanfaatan fitur interaktif, serta komunikasi dua arah melalui media sosial perlu dioptimalkan guna membangun persepsi positif dan mendorong peningkatan minat investasi.
2. Hasil penelitian pada variabel Perilaku Keuangan terdapat penilaian terkecil pada indikator “Keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran. Hal ini dapat diperbaiki dengan beberapa hal, salah satunya adalah lembaga keuangan, instansi pendidikan, serta penyedia layanan investasi meningkatkan program-program literasi keuangan yang bersifat

komprehensif dan berkelanjutan. Perbanyak juga konten-konten digital marketing mengenai pengelolaan keuangan pribadi, pencatatan arus kas, penggunaan anggaran (*budgeting*) yang efektif, serta kebiasaan finansial yang sehat juga perlu diperbanyak agar jangkauan edukasi dapat lebih luas dan mudah diakses oleh masyarakat. Edukasi mengenai manajemen pendapatan, pengendalian pengeluaran, strategi menabung, serta perencanaan keuangan jangka panjang perlu diperluas jangkauannya agar masyarakat memiliki dasar perilaku keuangan yang lebih baik. Dengan meningkatnya perilaku keuangan yang sehat, diharapkan masyarakat lebih siap secara finansial maupun psikologis dalam mengambil keputusan investasi.

3. Hasil penelitian pada variabel *Customer Trust* terdapat penilaian terkecil pada indikator “Membantu pelanggan mencapai tujuan investasi.” yaitu sebesar 3.73. Hal ini dapat diperbaiki dengan beberapa hal, salah satunya adalah memberikan layanan pendampingan investasi secara lebih personal. Pendampingan ini dapat berupa konsultasi langsung mengenai tujuan keuangan pelanggan, mulai dari jangka pendek hingga jangka panjang, serta membantu menentukan instrumen investasi yang mengikuti profil risiko masing-masing. Dengan pendampingan yang bersifat individual, pelanggan akan merasa lebih diperhatikan dan memiliki arah yang jelas dalam berinvestasi.
4. Disarankan agar penelitian lebih lanjut diarahkan pada pengembangan model riset dengan mengintegrasikan variabel-variabel tambahan yang berpotensi memberikan pengaruh terhadap minat berinvestasi, seperti literasi keuangan, persepsi risiko, tingkat pendapatan, atau pengaruh teknologi finansial (*fintech adoption*). Selanjutnya, peneliti dapat menggunakan metode penelitian lain seperti pendekatan longitudinal atau metode kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi. Pengembangan sampel yang lebih luas, baik dari segi jumlah maupun wilayah, juga diharapkan dapat meningkatkan generalisasi temuan penelitian.

5. Saran untuk investor pemula pentingnya perilaku keuangan dan tingkat kepercayaan terhadap *platform*, investor pemula disarankan untuk meningkatkan kapasitas pengetahuan mereka mengenai investasi melalui sumber-sumber yang terpercaya. Investor perlu memahami profil risiko pribadi, tujuan keuangan, serta karakteristik instrumen investasi sebelum melakukan pengambilan keputusan. Selain itu, investor pemula dianjurkan untuk membangun perilaku keuangan yang disiplin, melakukan diversifikasi aset, serta mengutamakan *platform* investasi yang transparan dan memiliki kredibilitas tinggi. Dalam pengambilan keputusan investasi, individu dapat bertindak secara lebih objektif, terhindar dari risiko yang tidak perlu, dan selaras dengan profil keuangan personal mereka.