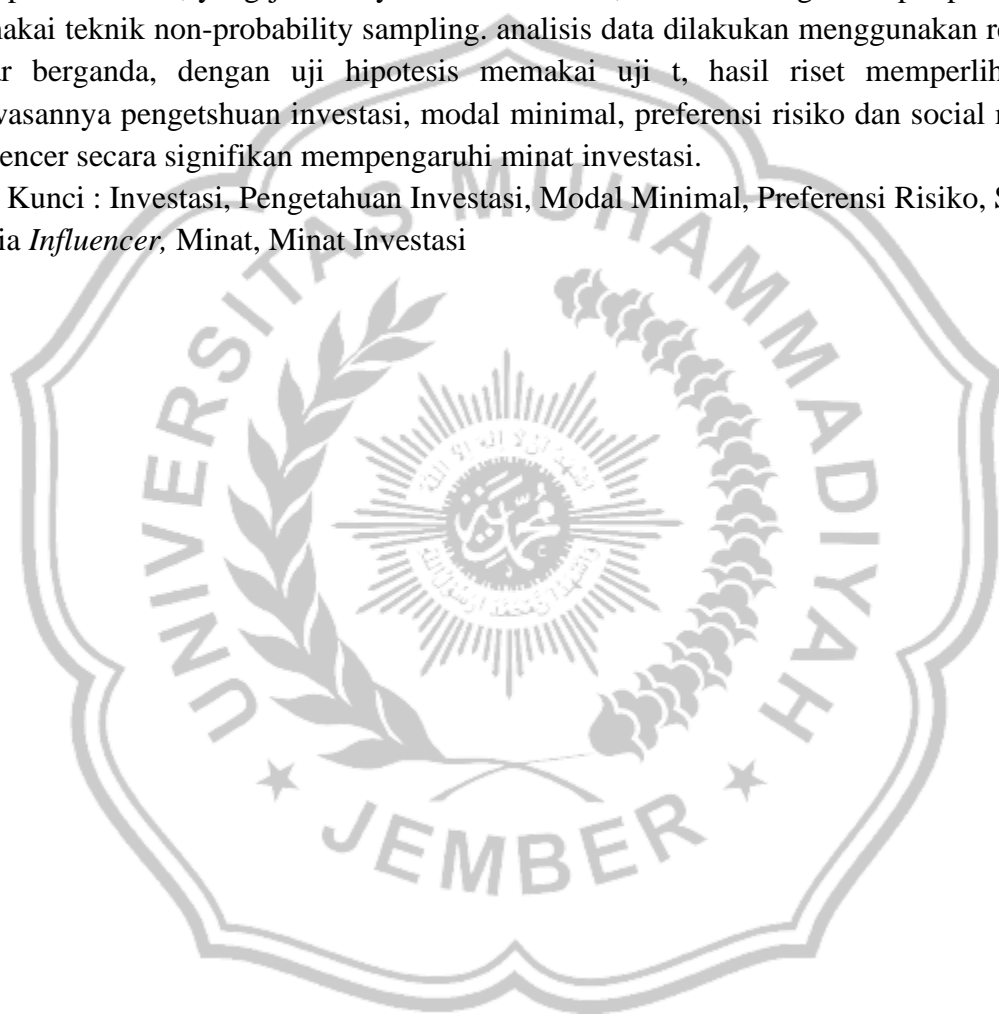


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z, khususnya mahasiswa KSPM di universitas-universitas di Kabupaten Jember, dalam berinvestasi di pasar modal. Generasi Z, sebagai generasi digital yang akrab dengan teknologi, memiliki karakteristik unik yang perlu dipahami dalam konteks perilaku investasi dan peneliti lebih fokus memilih KSPM sebagai objek penelitian karena KSPM merupakan perpanjangan tangan pasar modal secara umum untuk kalangan mahasiswa. Teknik yang digunakan yakni kuantitatif. populasi penelitian ini mencakup generasi Z khususnya mahasiswa yang bergabung KSPM di Universitas Kabupaten Jember, yang jumlahnya 152 mahasiswa, diambil sebagai sampel penelitian memakai teknik non-probability sampling. analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda, dengan uji hipotesis memakai uji t, hasil riset memperlihatkan bahwasannya pengetahuan investasi, modal minimal, preferensi risiko dan social media influencer secara signifikan mempengaruhi minat investasi.

Kata Kunci : Investasi, Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Preferensi Risiko, Social Media *Influencer*, Minat, Minat Investasi



ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the factors that influence the interest of generation Z, especially KSPM students at universities in Jember Regency, in investing in the capital market. Generation Z, as a digital generation that is familiar with technology, has unique characteristics that need to be understood in the context of investment behavior and researchers focus more on choosing KSPM as the object of research because KSPM is an extension of the capital market in general for students. The technique used is quantitative. the population of this study includes generation Z, especially students who join KSPM at the University of Jember Regency, totaling 152 students, taken as a research sample using non-probability sampling techniques. data analysis was carried out using multiple linear regression, with hypothesis testing using the t-test, the results of the study showed that investment knowledge, minimum capital, risk preferences and social media influencers significantly influenced investment interest. Keywords: Investment, Investment Knowledge, Minimum Capital, Risk Preference, Social Media Influencer, Interest, Investment Interest

