

Pengaruh Strategi *Dollar Cost Averaging*, Persepsi Risiko, Dan *Bandwagon Effect* Terhadap Minat Berinvestasi Saham Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha

¹Rizki Hidayati Santoso,²Luh Gede Kusuma Dewi,

Program Studi Akuntansi S1
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: rizkihidayahti14@gmail.com, kusumadewi5758@gmail.com,
[@undiksha.ac.id](mailto:ayupurnama07@yahoo.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi *dollar cost averaging* (DCA), persepsi risiko, dan *bandwagon effect* terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari data kuesioner online yang diukur dengan skala likert. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 251 responden. Data penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 25.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa (1) variabel strategi DCA berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa s1 Akuntansi Undiksha, (2) persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha, (3) *bandwagon effect* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha.

Kata kunci: minat, strategi DCA, persepsi risiko, *bandwagon effect*

Abstract

This study aimed to determine the effect of dollar cost averaging strategy, risk perception, and bandwagon effect on Universitas Pendidikan Ganesha's S1 accounting students' interest to invest in stocks. This research used a quantitative research method with primary data obtained from online questionnaire measured by using a likert scale. The sample of this research used 251 respondents. The data research was analyzed through multiple linear regression analysis by SPSS 25 program.

The results of this study indicate that (1) DCA strategy has a positive and significant effect on Undiksha S1 accounting students' interest to invest in stocks, (2) risk perception has a negative and significant effect on Undiksha S1 accounting students' interest to invest in stocks, (3) bandwagon effect has a positive and significant effect on Undiksha's S1 accounting students' interest to invest in stocks.

Keywords : *interest, DCA strategy, risk perception, bandwagon effect*

PENDAHULUAN

Jumlah investor di Indonesia setiap tahunnya memang selalu mengalami peningkatan, namun peningkatan investor di Indonesia ini tidak selaras dengan peningkatan jumlah penduduk di Indonesia. Berdasarkan hasil sensus penduduk 2020, jumlah penduduk

Indonesia dengan usia produktif mencapai 191.085.440 orang (Kristianus, 2021). Data yang tercatat di Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) sebagai Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian di pasar modal Indonesia, menunjukkan bahwa jumlah investor berdasarkan *Single Investor Identification* di Indonesia pada

Januari 2021 adalah sebanyak 4.223.280. Terhitung bahwa hanya 2,2% penduduk Indonesia yang menjadi investor. Hal ini membuktikan bahwa minat penduduk Indonesia masih sangat rendah dalam berinvestasi saham. Berdasarkan data dalam Statistik Pasar Modal di Indonesia periode Januari 2021 oleh KSEI, Bali merupakan salah satu wilayah dengan tingkat persebaran investor domestik terkecil di Indonesia yaitu sebesar 3,21% dengan total aset sebanyak Rp. 10.65 triliun. Investor di Bali didominasi oleh generasi muda yaitu berusia 18 – 25 tahun. Diikuti dengan persentase profesi investor di Bali yang mendominasi pertama yaitu pegawai swasta sebanyak 41% dan pelajar berada di posisi kedua sebanyak 20% (Wiratmini, 2021). Pelajar yang berada pada rentang usia 18 – 25 tahun umumnya dikategorikan sebagai mahasiswa. Mahasiswa memiliki peran sebagai agen perubahan yang memiliki posisi strategis sebagai pelopor terutama dalam mensosialisasikan investasi sehingga diharapkan dapat menjadi calon investor muda yang dapat berkontribusi dalam berinvestasi (L. G. K. Dewi et al., 2019).

Saat ini pemerintah telah mengupayakan berbagai cara untuk mengedukasi masyarakat Indonesia mengenai investasi saham, seperti memberikan konten edukasi dengan melakukan pengungkapan sukarela (voluntary disclosure), seperti membuat unggahan mengenai saham, melakukan siaran langsung yang membahas saham lebih dalam, dan lainnya. Upaya lain yang dilakukan pemerintah juga dengan mendirikan galeri – galeri investasi di perguruan tinggi untuk mengedukasi dan meningkatkan minat mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa agar mulai berinvestasi saham. Galeri investasi dihadirkan dengan harapan dapat memudahkan mahasiswa dalam berinvestasi (Witakusuma et al., 2018). Galeri investasi di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) yang bekerjasama dengan MNC Sekuritas diresmikan pada 15 November 2016. Pendirian galeri investasi ini terletak pada Fakultas Ekonomi. Program Studi (Prodi) S1

Akuntansi adalah satu – satunya prodi yang mendapatkan mata kuliah “Investasi dan Pasar Modal” (IPM) pada semester IV. Hal ini mampu memberikan pemahaman investasi bagi mahasiswa. Meskipun begitu, berdasarkan jumlah mahasiswa yang terdaftar dalam galeri investasi di Undiksha terhitung masih sangat sedikit dimana semenjak galeri investasi didirikan hingga 2019 hanya sebanyak 139 mahasiswa yang mendaftar (Riastuti & Sujana, 2020). Hal ini menunjukkan minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi masih sangat rendah.

Perkembangan yang luas mengenai investasi saham masih memicu pandangan yang salah dan negatif bagi mahasiswa, dengan melihat atau mendengar cerita mengenai kerugian yang dialami seorang investor pemula dalam pasar saham menimbulkan ketakutan bagi seseorang untuk berinvestasi saham (Hartono, 2018). Beberapa pandangan yang salah mengenai investasi saham adalah memerlukan dana yang sangat banyak untuk mulai berinvestasi dan investasi adalah hal yang rumit dilakukan. Perlu diketahui bahwa saat ini, membeli saham sudah dapat dimulai dengan 1 lot yaitu 100 lembar dan ada 517 perusahaan yang dapat dibeli dengan harga puluhan hingga ratusan ribu rupiah (Rafsanjani, 2018). Selain itu, ada strategi yang mudah untuk diterapkan pemula yang masih belum memahami mengenai investasi saham tanpa memperhatikan kondisi pasar yaitu strategi *Dollar Cost Averaging* (DCA).

Dollar Cost Averaging (DCA) merupakan strategi yang dapat meminimalisir kesalahan penentuan waktu dalam membeli saham yang memfokuskan pada kedisiplinan investor dalam berinvestasi dengan jumlah yang sama secara teratur yang sesuai untuk pemula (Hartono, 2018). Hasil penelitian Hartono (2018) membandingkan berinvestasi saham menggunakan strategi Lump Sum dan DCA membuktikan bahwa strategi DCA dinilai efektif meminimalisir risiko kerugian selama kurun waktu berinvestasi yaitu 14 tahun. Strategi DCA dinilai sesuai dengan kampanye yang

diselenggarakan oleh BEI yaitu kampanye “Yuk Nabung Saham” (Hartono, 2018). “Yuk Nabung Saham” merupakan program yang mengajak masyarakat untuk “menabung” saham yaitu melakukan transaksi pembelian saham secara berkala dan dilakukan dengan rutin.

Dengan adanya kemajuan dari segi ekonomi dan teknologi, hal ini menciptakan kekhawatiran pada manusia mengenai risiko yang akan terjadi pada mereka (Purnamawati, 2019). Salah satu pandangan negatif mengenai investasi saham adalah risiko yang akan dihadapi dalam berinvestasi saham. Setiap hal pasti memiliki risiko, begitu pula dengan investasi. Risiko yang berbeda pasti dimiliki oleh semua jenis investasi (Ulfa, 2019). Dalam berinvestasi saham tentu akan ada risiko – risiko yang harus dihadapi seperti tidak mendapatkan dividen, capital loss (turunnya nilai investasi), suspensi, hingga likuidasi. Risiko dan imbal hasil merupakan dua hal yang saling berhubungan dimana apabila menginginkan imbal hasil yang tinggi, maka risiko yang diterima juga akan tinggi (Wulandari et al., 2017). Risiko tidak dapat dihilangkan, dalam berinvestasi saham memerlukan waktu dan strategi agar dapat meminimalisir risiko yang akan diterima nantinya.

Belakangan ini di sosial media mulai beredar komunitas – komunitas belajar yang memberikan edukasi mengenai investasi saham, adapula influencer yang ahli dalam bidang investasi saham juga memberikan edukasi di sosial media secara sukarela melalui unggahannya. Hal ini menyebabkan munculnya investor – investor baru di Indonesia. Meskipun memiliki tujuan yang baik demi meningkatkan jumlah investor di Indonesia, namun banyak diantaranya memutuskan untuk menjadi investor karena FOMO (*Fear of Missing Out*) atau takut ketinggalan sehingga membuat orang hanya menjadi investor dengan faktor ikut – ikutan tanpa diimbangi dengan pengetahuan. Hal ini *juga disebut sebagai bandwagon effect*. *Bandwagon effect* adalah fenomena psikologis ketika seseorang melakukan sesuatu karena orang lain melakukannya tanpa didasari

dengan keyakinan mereka sendiri (Linda & Bloom, 2017). *Bandwagon effect* menjadi salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap mahasiswa dalam minatnya untuk berinvestasi selain pengetahuan (Hasanah et al., 2019).

Theory of Planned Behavior adalah kebaruan dari *Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh Ajzein dan Fishbein pada 1975. Selayaknya dalam *Theory of Reasoned Action*, unsur utama dalam *Theory of Planned Behavior* adalah intensi seseorang untuk melakukan perilaku tertentu seperti seberapa keras seseorang mau mencoba, dan seberapa banyak usaha yang direncanakan untuk melakukan perilaku tersebut. Berawal dari theory of reasoned action dimana yang mempengaruhi terbentuknya niat adalah sikap terhadap perilaku dan norma subjektif saja, namun dalam *theory of planned behavior* ditambahkan persepsi atas kontrol perilaku sebagai faktor yang juga mempengaruhi terbentuknya niat (Seni & Ratnadi, 2017).

Minat merupakan kesenangan individu terhadap suatu objek dan membuat individu tertarik pada objek tersebut yang menumbuhkan motivasi (Rahmat, 2021). Berinvestasi adalah tentang membuat uang tumbuh yang didapatkan dari efek yang diinvestasikan dan menghasilkan pendapatan (Cagan, 2016). Saham merupakan tanda serta dan pemilikan yang menunjukkan bahwa orang atau badan yang memiliki saham adalah pemilik perusahaan yang melakukan penerbitan saham tersebut (Kamaludin & Indriani, 2012). Minat investasi saham adalah adanya perasaan senang dan keinginan untuk melakukan penundaan konsumsi saat ini dengan membeli aset keuangan berupa saham yang dimana diartikan membeli sebagian kecil bisnis suatu perusahaan dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang.

Strategi dalam investasi yang sering dibandingkan adalah strategi *lump sum* dan strategi *dollar cost averaging* (DCA). Strategi yang berada di atas strategi DCA adalah strategi Lump Sum dimana merupakan strategi investasi yang melakukan pembelian dalam jumlah yang

banyak sekaligus (May, 2017). DCA adalah rumus investasi yang di mana investor menyediakan dana dalam jumlah yang sama untuk membeli satu atau lebih saham biasa setiap bulannya (Graham, 2020). Strategi DCA merupakan jenis strategi menabung saham dimana seorang investor melakukan pembelian saham dengan nominal yang sama secara periodik (May, 2017). Strategi DCA inilah yang dikampanyekan sebagai strategi menabung saham oleh BEI (May, 2017). “Yuk Nabung Saham” merupakan kampanye yang diselenggarakan oleh BEI untuk mengajak masyarakat untuk membeli saham secara berkala dengan jangka yang panjang (Hogan, 2017).

Persepsi merupakan suatu proses dimana individu memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan ke dalam gambar yang bermakna dan koheren dari dunia (Thampatty & Krishnan, 2014). Risiko dalam investasi adalah kemungkinan bahwa suatu hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan, khususnya terkait dengan imbal hasil investasi yang diharapkan di masa depan, dimana jumlah ketidakpastian tersebut bersedia diterima investor dan investor memiliki tingkat risiko yang bersedia dimiliki selama berinvestasi yang umumnya ditentukan oleh hal – hal seperti usia dan jumlah yang dikeluarkan untuk berinvestasi (Sraders, 2019).

Istilah *bandwagon effect* pertama kali digunakan pada 1484 oleh badut populer, penghibur, dan aktivis politik Dan Rice, dimana *bandwagon effect* merupakan ajakan kepada orang – orang untuk bergabung dalam suatu gerakan, tujuan, atau kandidat dengan memberitahu mereka untuk ikut serta (Wiley & Gray, 2014). Istilah *bandwagon effect* bergantung pada sudut pandang individu, *bandwagon effect* dapat berarti positif seperti berada di antara yang populer, dan yang cerdas, atau dapat berarti negatif untuk mayoritas yang berpuas diri (Wiley & Gray, 2014). *Bandwagon effect* berperan dalam naluri individu untuk menyesuaikan diri yaitu menjadi bagian dari suatu herd (kelompok), secara umum berkelompok adalah hal yang positif karena individu

saling mencari kenyamanan satu sama lain, namun dalam berinvestasi apabila bergabung dalam suatu kelompok akan mengalahkan prinsip inti yang dijalani oleh setiap investor sukses yaitu “beli rendah dan jual tinggi” (Wiley & Gray, 2014).

Strategi DCA penting untuk diketahui oleh mahasiswa, karena strategi ini merupakan strategi yang sangat sesuai untuk mahasiswa yang tertarik akan berinvestasi saham namun masih ragu ketika menerapkan praktiknya. Selain menggunakan modal berinvestasi yang tidak banyak karena sistemnya seperti menabung, strategi ini juga terbukti mampu meminimalisir risiko dari berinvestasi saham terutama dalam jangka panjang. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Hartono (2018) yang membandingkan kinerja strategi DCA dengan Lump Sum menyatakan bahwa strategi DCA mampu mereduksi risiko dalam jangka pendek, dan bahkan dapat mengeliminasi risiko yang ada apabila diterapkan dalam jangka panjang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Hartono (2018) adalah hasil penelitian tersebut berupa bukti empiris yang membandingkan keefektifan antara strategi DCA dengan Lump Sum dalam jangka panjang, sedangkan penelitian ini menguji apakah adanya pengaruh antara variabel strategi DCA dengan variabel minat berinvestasi saham. Selain itu, dikarenakan strategi ini digunakan dalam kampanye yang dilakukan oleh BEI dalam meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi saham yaitu “Yuk Nabung Saham”. Dalam hal ini, hasil penelitian Rafsanjani (2018) menyatakan bahwa mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung memiliki ketertarikan yang dikategorikan rendah pada program “Yuk Nabung Saham”, sedangkan hasil penelitian Harahap (2020) menyatakan bahwa pengaruh program “Yuk Nabung Saham” terhadap minat investasi pada kelompok UKM di Kota Pramubulih Sumatera Selatan memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat berinvestasi. Selaras dengan penelitian Harahap (2020), penelitian Cahyani, dkk (2020) juga menyatakan bahwa kampanye “Yuk Nabung Saham”

berpengaruh positif dalam keputusan mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

H1: Adanya pengaruh strategi DCA terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha.

Risiko investasi saham merupakan faktor yang menjadi kendala bagi mahasiswa untuk memutuskan melakukan investasi atau tidak. Hal ini dikarenakan apabila dibandingkan dengan instrumen investasi lainnya, saham memiliki risiko yang lebih tinggi. Setiap orang memiliki pandangan dan cara yang berbeda dalam menghadapi risiko, ada yang takut akan risiko dimana akan sangat berhati – hati dan menghindari risiko (*risk avoider*), adapun yang berhati – hati pada risiko dan terkesan ragu – ragu karena kehati – hatiannya yang tinggi (*risk indifference*), dan ada yang menikmati risiko dimana menganggap semakin tinggi risiko yang diterima maka keuntungan yang diperoleh juga semakin tinggi (*risk seeker/risk lover*) (G. A. K. R. S. Dewi & Vijaya, 2018). Penelitian Dewi, dkk (2017) menyatakan bahwa persepsi atas risiko berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi dimana, semakin tinggi risiko yang diterima maka semakin besar minat berinvestasi mahasiswa. Penelitian Ulfa (2019) menyatakan persepsi risiko memiliki pengaruh negatif secara signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Penelitian Wulandari, dkk (2017) menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

H2: Adanya pengaruh persepsi risiko terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha.

Dalam rangka meningkatkan minat dan jumlah investor, BEI melakukan pengungkapan informasi sukarela (*voluntary disclosure information*) di sosial media seperti memberikan konten berupa edukasi mengenai investasi. Dalam penelitian Wibisono dan Ang (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan pengungkapan informasi secara sukarela di sosial media berpengaruh terhadap minat menggunakan informasi tersebut

dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Selain itu, beredarnya banyak komunitas belajar dan influencer di sosial media sebagai edukator investasi saham membuat masyarakat memiliki ketertarikan dalam berinvestasi. *Bandwagon effect* bergantung pada sudut pandang individu, dalam kasus pengambilan keputusan berinvestasi saham diperlukan pengetahuan dan waktu untuk mempelajari saham yang layak diinvestasikan, tidak hanya membeli berdasarkan banyak orang yang membeli saham tersebut, namun *bandwagon effect* juga dapat menjadi hal yang baik dalam memotivasi individu untuk mengenal investasi saham dan menimbulkan minat untuk melakukan investasi saham dengan diimbangi kemauan untuk mempelajarinya. Mahasiswa akan memiliki minat yang besar untuk menjadi investor apabila lingkungan sekitar atau teman – temannya terdapat banyak investor (Hasanah et al., 2019). Hasil penelitian Hasanah, dkk (2019) menyatakan bahwa *bandwagon effect* memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Hasanah, dkk (2019) menyatakan bahwa mahasiswa akan memiliki minat yang besar untuk menjadi investor apabila lingkungan sekitar atau teman – temannya terdapat banyak investor.

H3: Adanya pengaruh bandwagon effect terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa program studi S1 Akuntansi Undiksha yang telah mendapatkan mata kuliah "Investasi dan Pasar Modal" yaitu semester VI dan VIII. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner *online* dengan menggunakan *Google Forms*.

Metode *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Sebelum melakukan teknik analisis tersebut,

dilakukan berbagai macam uji yang terdapat dalam uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Tahap terakhir adalah dilakukan interpretasi atas hasil uji tersebut, dan ditarik kesimpulan mengenai hasil secara keseluruhan.

Data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan diolah dengan menggunakan beberapa uji statistik, yaitu (1) uji statistik deskriptif, (2) uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas, (3) uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, dan (4) uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji statistik deskriptif menyatakan bahwa bahwa variabel strategi *dollar cost averaging* (X1) mempunyai nilai maksimum 73, nilai minimum 42 dan *mean* 59,29 serta standar deviasi 5,395. Nilai rata – rata 59,29 memiliki kecenderungan mendekati nilai maksimum menunjukkan bahwa strategi DCA cenderung tinggi. Nilai standar deviasi 5,395 yang lebih rendah dari rata – rata berarti sebaran data sudah merata. Variabel persepsi risiko (X2)

mempunyai nilai maksimum 40, nilai minimum 17 dan *mean* 28,68 serta standar deviasi 4,547. Nilai rata – rata 28,68 memiliki kecenderungan mendekati nilai maksimum, hal ini berarti bahwa persepsi risiko cenderung tinggi. Nilai standar deviasi 4,547 yang lebih rendah dari rata – rata berarti sebaran data sudah merata. Variabel *bandwagon effect* (X3) memiliki nilai minimum sebesar 15, nilai maksimum 40, dan nilai rata – rata 30,22, serta standar deviasi 3,853. Nilai rata – rata 30,22 ini memiliki arti bahwa adanya kecenderungan nilai rata – rata mendekati nilai maksimum yang berarti bahwa pengaruh lingkungan mahasiswa untuk menjadi investor cenderung tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 3,853, dimana lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata – rata menunjukkan bahwa sebaran data sudah merata. Variabel minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha (Y) memiliki nilai minimum 24, maksimum 45, *mean* 36,50 dan standar deviasi 4,089. Nilai rata – rata 36,50 memiliki kecenderungan mendekati nilai maksimum, hal ini berarti bahwa minat berinvestasi saham mahasiswa cenderung tinggi. Nilai standar deviasi 4,089 yang lebih rendah dari rata – rata berarti sebaran data sudah merata.

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Strategi DCA	251	42.00	73.00	59.2988	5.39503
Persepsi Risiko	251	17.00	40.00	28.6813	4.54775
<i>Bandwagon Effect</i>	251	15.00	40.00	30.2271	3.85334
Minat Berinvestasi Saham	251	24.00	45.00	36.5020	4.08938
Valid N (<i>listwise</i>)	251				

Selain uji statistik deskriptif juga dilakukan uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan suatu instrumen. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor sehingga didapat nilai *pearson correlation*. Untuk

memenuhi syarat validitas, butir pertanyaan atau pernyataan dalam penelitian harus memiliki nilai *Sig. (2 – tailed)* < 0,05 dan bernilai positif. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh kuesioner yang merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur strategi DCA, persepsi risiko, *bandwagon effect*, dan minat berinvestasi saham memiliki nilai koefisien korelasi dengan skor total seluruh item pernyataan kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dalam

instrumen penelitian tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji kualitas data yang selanjutnya adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas atau kehandalan menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's*

Alpha. Variabel yang instrumennya dikatakan reliabel jika nilai dari *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Yamin dan Kurniawan, 2014 : 284). Hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Maka, dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat reliabilitas atau kehandalan sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	Strategi <i>Dollar Cost Averaging</i>	0.796	Reliabel
2	Persepsi Risiko	0.833	Reliabel
3	<i>Bandwagon Effect</i>	0.795	Reliabel
4	Minat Berinvestasi Saham	0.878	Reliabel

Setelah uji kualitas data terpenuhi, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang pertama adalah uji normalitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual dari model regresi yang dibuat berdistribusi normal atau tidak.

Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menguji normalitas residual dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika probabilitas signifikansi nilai residual lebih besar dari 0,05 maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

<i>Unstandardized Residual</i>	
N	251
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0.072
<i>Exact Sig. (2-tailed)</i>	0.137

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.4 didapat nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena nilai *Exact Sig. (2 – tailed)* uji Kolmogorov-Smirnov lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji asumsi klasik yang kedua adalah uji multikolinieritas. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi ditemukan adanya

korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai tolerance lebih dari 10% atau VIF Kurang dari 10, maka dapat dikatakan model telah bebas dari multikolinieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Collinearity Statistic</i>	
	Tolerance	VIF
Strategi <i>Dollar Cost Averaging</i> (X_1)	0.747	1.339
Persepsi Risiko (X_2)	0.849	1.178
<i>Bandwagon Effect</i> (X_3)	0.710	1.408

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa pada variabel strategi DCA nilai *tolerance* 0,747 > 0,10 dan nilai VIF 1,339 < 10. Variabel persepsi risiko nilai *tolerance* 0,849 > 0,10 dan nilai VIF 1,178 < 10. Variabel *bandwagon effect* nilai *tolerance* 0,710 > 0,10 dan nilai VIF 1,408 < 10. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ketiga variabel bebas pada model regresi yang ada, tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Setelah itu dilakukan uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016: 139). Pengujian pada penelitian ini menggunakan Uji Glejser, model ini dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual dengan variabel bebas. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan berlaku sebaliknya (Ghozali, 2016: 142).

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
Strategi <i>Dollar Cost Averaging</i> (X ₁)	0.138
Persepsi Risiko (X ₂)	0.787
<i>Bandwagon Effect</i> (X ₃)	0.088

Hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan dalam Tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel strategi DCA memiliki nilai Sig. sebesar 0,138, persepsi risiko memiliki nilai Sig. sebesar 0,787, dan *bandwagon effect* memiliki nilai Sig. sebesar 0,088. Jika dibandingkan, nilai signifikansi masing-masing variabel bebas seluruhnya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas pada model regresi yang

ada, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Setelah uji asumsi klasik terpenuhi, selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis yang ada yaitu untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk melihat pengaruh strategi DCA (X₁), persepsi risiko (X₂), dan *bandwagon effect* (X₃) terhadap minat berinvestasi saham (Y).

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	6.698	2.234		2.998	.003
Strategi DCA	.481	.041	.634	11.716	.000
Persepsi Risiko	-.101	.046	-.112	-2.208	.028
<i>Bandwagon Effect</i>	.139	.059	.131	2.359	.019

a. *Dependent Variable*: Minat Berinvestasi Saham

Berdasarkan tabel 6, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,698 + 0,481 X_1 - 0,101 X_2 + 0,139 X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 10,224 berarti bahwa jika variabel independen dianggap konstan pada nilai 0, maka nilai minat berinvestasi saham adalah sebesar 6,698. Nilai koefisien strategi DCA yaitu 0,481 berarti bahwa jika strategi DCA meningkat sebesar satu satuan, maka minat berinvestasi saham akan meningkat

sebesar 0,481 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Nilai koefisien persepsi risiko yaitu -0,101 berarti bahwa jika persepsi risiko meningkat sebesar satu satuan maka minat berinvestasi saham akan menurun sebesar 0,101 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Nilai koefisien *bandwagon effect* yaitu 0,139 berarti bahwa jika *bandwagon effect* meningkat sebesar satu satuan maka minat berinvestasi saham akan

meningkat sebesar 0,139 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Selanjutnya dilakukan uji koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Penelitian ini menggunakan nilai Adjusted R² pada saat mengevaluasi manakah model yang terbaik, nilai Adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	.460	.453	3.02408

Hasil uji koefisien determinasi dengan Adjusted R² yang disajikan dalam Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai dari Adjusted R² adalah sebesar 0,453 atau 45,3% yang berarti bahwa 45,3% variansi tingkat minat berinvestasi saham dipengaruhi oleh strategi DCA, persepsi risiko, dan *bandwagon effect*, sedangkan sisanya yaitu 54,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Selanjutnya adalah uji t yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi masing-masing variabel bebas dengan taraf signifikansinya $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikansi variabel bebas < taraf signifikansi tersebut maka hipotesis diterima artinya variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat.

Tabel 9. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Sig.
(Constant)	2.998	.003
Strategi <i>Dollar Cost Averaging</i> (X ₁)	11.716	.000
Persepsi Risiko (X ₂)	-2.208	.028
<i>Bandwagon Effect</i> (X ₃)	2.359	.019

Hasil uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan. Hanya variabel strategi DCA dan *bandwagon effect* yang masing – masing secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha, sedangkan variabel persepsi risiko secara parsial berpengaruh negatif terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi DCA terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis pada tabel 9, dimana strategi DCA memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan t_{hitung} bernilai positif sebesar 11,716. Hal ini menunjukkan bahwa variabel strategi DCA (X₁) berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi saham. Hal ini berarti semakin tinggi strategi DCA, maka minat berinvestasi saham akan semakin tinggi pula. Disimpulkan bahwa H₁ diterima yaitu

Pengaruh Strategi DCA terhadap Minat Berinvestasi Saham pada Mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha

strategi DCA berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Hartono (2018) yang menjabarkan perbandingan dua strategi yaitu strategi Lump Sum dan DCA, dimana strategi DCA terbukti mampu meminimalisir risiko kesalahan penentuan waktu dalam berinvestasi saham dan strategi ini mudah dilakukan untuk pemula, karena kesederhanaannya dan tidak memerlukan dana yang banyak. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa strategi DCA berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Strategi DCA merupakan strategi yang digunakan pada program “Yuk Nabung Saham”, sehingga hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Harahap (2020) yang menyatakan “Yuk Nabung Saham” mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi kelompok UKM Kota Prabumulih dan Cahyani, dkk (2020) yang menyatakan “Yuk Nabung Saham” berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi mahasiswa di pasar modal.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Berinvestasi Saham pada Mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antar variabel persepsi risiko terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis pada tabel 9, dimana persepsi risiko memiliki nilai signifikansi 0,028 dengan t_{hitung} bernilai negatif sebesar -2,208. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi risiko, maka minat berinvestasi saham akan menurun. Nilai signifikansi variabel sebesar 0,028 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 yang menunjukkan variabel persepsi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Disimpulkan H_2 diterima bahwa persepsi risiko secara parsial berpengaruh negatif

dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ulfa (2019) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat investasi. Setiap mahasiswa memiliki anggapan yang berbeda terhadap risiko. Variabel persepsi risiko pada penelitian ini secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham, hal ini menunjukkan bahwa dengan mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha menafsirkan dan mengenali risiko – risiko yang ada pada investasi saham, minat berinvestasi saham pada mahasiswa akan mengalami penurunan.

Pengaruh *Bandwagon Effect* terhadap Minat Berinvestasi Saham pada Mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel *bandwagon effect* terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Hal ini ditunjukkan pada hasil pengujian hipotesis dalam tabel 9, dimana *bandwagon effect* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,019 dengan t_{hitung} bernilai sebesar 2,359. Nilai signifikansi variabel sebesar 0,019 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 yang menunjukkan bahwa H_3 diterima. Hal ini berarti bahwa secara parsial *bandwagon effect* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham.

. Lingkungan sekitar mahasiswa baik teman, keluarga, maupun media sosial seperti komunitas belajar dan *influencer* yang memberikan edukasi mengenai saham mampu mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi saham. Apabila lingkungan sekitar memiliki anggapan bahwa berinvestasi saham memberikan manfaat yang baik, maka akan meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi saham. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Hasanah, dkk (2019) yang menunjukkan bahwa *bandwagon effect* berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan penelitian di atas, maka dapat ditarik simpulan dalam penelitian ini, yaitu: (1) strategi DCA berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 dengan t_{hitung} bernilai positif sebesar 11,716, maka H_1 diterima (2) persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,028 dengan t_{hitung} bernilai negatif yaitu -2,208, maka H_2 diterima (3) *bandwagon effect* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,019 dengan t_{hitung} bernilai positif sebesar 2,359, maka H_3 diterima.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: (1) Bagi Mahasiswa diharapkan untuk mampu memulai merealisasikan minat menjadi suatu aksi yaitu mulai untuk berinvestasi saham dengan menerapkan strategi DCA dan mempelajari risiko yang ada serta tidak hanya ikut – iktan lingkungan mahasiswa tanda didasari pengetahuan yang cukup, (2) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha diharapkan untuk mempererat kerjasama antara dosen dan galeri investasi dalam meningkatkan jumlah investor di Indonesia dan meningkatkan minat mahasiswa untuk mulai berinvestasi saham dengan mensosialisasikan program BEI yaitu “Yuk Nabung Saham”, (3) BEI diharapkan meningkatkan pemberian edukasi dengan memberikan web seminar gratis untuk lembaga pendidikan di Indonesia dan masyarakat umum guna meningkatkan minat pelajar dan masyarakat umum dalam berinvestasi saham dan membantu meminimalisir pandangan – pandangan yang salah dan negatif mengenai investasi saham, (4) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan subjek penelitian yang lebih luas lagi seperti mahasiswa perguruan tinggi negeri atau

swasta di Bali dan memperbanyak variabel – variabel bebas lainnya, seperti uang saku, gaya hidup, sosialisasi, dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cagan, M. (2016). *Investing 101: From Stocks and Bonds to ETFs and IPOs, an Essential Primer on Building a Profitable Portfolio*. Adams Media.
- Dewi, G. A. K. R. S., & Vijaya, D. P. (2018). Investasi dan Pasar Modal Indonesia. In *Investasi dan Pasar Modal Indonesia*. Rajawali Pers.
- Dewi, L. G. K., Heryanda, K. K., Atmaja, I. M. D., & Devi, S. (2019). *Interest and Investment Motivation of Undiksha College Students (Case Study on Car 3i Network)*.
- Ghozali, H. I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi Kede). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Graham, B. (2020). *The Intelligent Investor (Edisi Revisi)* (Terjemahan Tim Akademika; Edisi Revisi). PT Serambi Semesta Distribusi.
- Hartono, S. (2018). Strategi Dollar Cost Averaging Untuk Menarik Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Dalam Rangka Peningkatan Penerimaan Pajak. *Info Artha*, 2(1), 53–64.
- Hasanah, A., Yulinda, Y., & Yuniasih, H. (2019). Analisis Pengaruh Bandwagon Effect dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 15(2), 101–107.
- Hogan, N. (2017). *Yuk Nabung Saham: Selamat Datang, Investor Indonesia!* PT Elex Media Komputindo.
- Kamaludin, & Indriani, R. (2012). *Manajemen Keuangan “Konsep Dasar dan Penerapannya” Edisi Revisi*. CV Mandar Maju.
- Kristianus, A. (2021). *70,7% Penduduk Indonesia Usia Produktif*. Investor.Id.

- <https://investor.id/business/707-penduduk-indonesia-usia-produktif>. Diakses pada 5 Maret 2021.
- Linda, & Bloom, C. (2017). *The Bandwagon Effect*. Psychologytoday.Com. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/stronger-the-broken-places/201708/the-bandwagon-effect>. Diakses pada 2 Maret 2021.
- May, E. (2017). *Nabung Saham Sekarang*. Gramedia Pustaka Utama.
- Purnamawati, I. G. A. (2019). The Nexus Between The Risk And Investment Factors On Insurance Companies Profit In Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 181–190.
- Rafsanjani. (2018). *Analisis Program Yuk Nabung Saham Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah* (Vol. 53, Issue 9).
- Rahmat, P. S. (2021). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Riastuti, N. K., & Sujana, I. N. (2020). Respon Mahasiswa Terhadap Keberadaan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia di Universitas Pendidikan Ganesha. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 147–153.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(12), 4043–4068.
- Sraders, A. (2019). *What Is Risk? Definition, Types and Examples*. Thestreet.Com. <https://www.thestreet.com/markets/what-is-risk-14909043>
- Thampatty, M., & Krishnan, M. (2014). A Study on the Perception of Stock Market Investments among Government Employees in Calicut City. *Asian Journal of Management Research*, 4(3), 501–508.
- Ulfa, D. M. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Perkembangan Teknologi, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Investasi Pasar Modal pada Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Wiley, L. L., & Gray, W. R. (2014). *The 52-Week Low Formula: A Contrarian Strategy that Lowers Risk, Beats the Market, and Overcomes Human Emotion*. John Wiley & Sons, Inc.
- Witakusuma, G. E., Kurniawan, P. S., & Sujana, E. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa Dalam Berinvestasi di Pasar Modal (Sebuah Tinjauan Empiris Pada Investor Pemula). *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(1), 87–98.
- Wulandari, P. A., Sinarwati, N. K., & Purnamawati, I. G. A. (2017). Pengaruh Manfaat, Fasilitas, Persepsi Kemudahan, Modal, Return, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Secara Online (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2), 12.