

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dengan judul “Korelasi Antara epic kampanye #akuinvestorsaham BEI dengan Minat Beli Saham Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Atma Jaya Yogyakarta” dapat disimpulkan bahwa korelasi antara epic kampanye #akuinvestorsaham BEI dengan minat beli saham mahasiswa prodi ilmu komunikasi Atma Jaya Yogyakarta dalam kategori sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari nilai korelasi antara variabel X dengan variabel Y adalah 0,995 dengan kategori sangat kuat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah saran yang peneliti berikan:

1. Bagi pengelola akun media sosial instagram BEI

Berdasarkan teori yang sudah disampaikan, bahwa sebuah konten yang difungsikan untuk mempromosikan harus memenuhi empat dimesi yaitu empati, persuasi, dampak, dan komunikasi untuk memberikan hasil yang maximal. Maka saran dari peneliti adalah untuk kedepannya, ketika akan

merancang sebuah campaign atau mengunggah konten investasi saham, pengelola akun media sosial instagram BEI sebaiknya tetap mempertimbangkan apakah konten yang akan diunggah sudah memenuhi empat dimensi tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

BEI mendirikan akun instagram mereka pada tahun 2016 silam dan mengeluarkan beberapa campaign di mana hasil engagement yang diterima jugalah berbeda-beda. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini.

C. Batasan Penelitian

Batasan pada penelitian ini terletak pada masih sedikit variabel yang digunakan untuk mengukur minat beli saham. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mempertimbangkan adanya variabel-variabel lain yang sekiranya dapat mempengaruhi minat beli, sehingga pembahasan akan lebih kompleks dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Algharabat, R. S. (2017). Linking social media marketing activities with brand love: The mediating role of self-expressive brands. *Kybernetes*, 46(10), 1801–1819. <https://doi.org/10.1108/K-04-2017-0130>
- Arniati, A. (2021). Gen Z investment behavior: Does literation in line with intention? *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 6(02), 75–80. <https://doi.org/10.22219/jiko.v6i03.17572>
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif. (Jakarta: Rajagrafindo Perkasa, 2005), 130
- Bebasari, N., & Istikomah, A. (2020). The Effect of Investment Motivation, Financial Literation, and Financial Behavior on Investment Decisions (Studies on Management Students at Pelita Bangsa University). *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(4), 842–851.
- Bursa Efek Indonesia. (2017). Yuk Nabung Saham. Retrieved from Bursa Efek Indonesia website: <https://yuknabungsaaham.idx.co.id/about-yuns>
- CNBC. (2022). Makin Banyak Bunuh Diri karena Investasi Boncos, Salah Siapa? Retrieved from CNBC Indonesia website: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220221120954-17-316962/makin-banyak-bunuh-diri-karena-investasi-boncos-salah-siapa>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.). Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, J. B., & Andreson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Neuromarketing in India: Understanding the Indian Consumer* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.4324/9781351269360>
- Hakim, L. (2022). Investor pasar modal di Yogyakarta terus tumbuh, 35 persen milenial. Retrieved from Antara website: <https://www.antaraneews.com/berita/1052838/investor-pasar-modal-di-yogyakarta-terus-tumbuh-35-persen-milenial>
- Halpiah. (2021). Galeri Investasi dan Minat Mahasiswa Berinvestasi Pada Pasar Modal. *Open Journal Systems*, 15(1996), 6.

- Huang, T. K., Liao, C.-Y., Wang, Y.-T., & Lin, K.-Y. (2018). How Does Social Media Interactivity Affect Brand Loyalty? *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*, 9(1), 2130–2139.
<https://doi.org/10.24251/hicss.2018.266>
- IDX. (2023). Ikhtisar dan Sejarah BEI. Retrieved from IDX Indonesia website:
<https://www.idx.co.id/id/tentang-bei/ikhtisar-dan-sejarah-bei/>
- Kompas. (2022). 76 Persen Pelajar di Indonesia Sudah Miliki Tabungan Bank Retrieved from Kompas Indonesia website:
<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/08/23/76-persen-pelajar-di-indonesia-sudah-miliki-tabungan-bank>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, Bowen, J.T & Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism: Sixth Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management*. Edinburgh: Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat, (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lioera, G., Susanto, Y. K., & Supriatna, D. (2022). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Media Bisnis*, 14(2), 179-188.
- Maulana, A. M., & Kaukab, M. E. (2020). APA YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA BERMINAT INVESTASI SAHAM ? *Jurnal Neraca*, 16(1).
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Empat.
- Nabhani, A. (2020). Rendah Literasi Keuangan - Minat Nabung Saham di Yogyakarta Minim. Retrieved from Neraca website:
<https://www.neraca.co.id/article/76257/rendah-literasi-keuangan-minat-nabung-saham-di-yogyakarta-minim>
- Octavia, Graceica dan Wulan Purnama, S. (2018). Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia. (2020). Hai Calon Investor, Yuk

- Mengenal Jenis Pasar Modal. Retrieved from Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia website: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10526>
- Pajar, R. C., & Pustakaningsih, A. (2017). Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny. *Jurnal Profita*, 1(2), 1–16.
- Prameswari, G. D. (2018). Karakter Gen Z untuk Strategi Pemasaran. Retrieved from DailySocial website: <https://dailysocial.id/post/karakter-gen-z-untuk-strategi-pemasaran>
- PT Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2021). Statistik Pasar Modal Indonesia Februari 2021. *Kustodian Sentral Efek Indonesia*, 1–6. Retrieved from https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Januari_2021.pdf
- Purnama, B. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Minat Investasi Mahasiswa Universitas Tarumanagara di Aplikasi Bibit. Universitas Tarumanagara.
- Putri, F. A. (2020). Budaya Komunikasi Virtual Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pembelajaran Daring di UIN Walisongo Semarang). *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 7(2), 253–269.
- Rachmasari, F. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP MINAT NASABAH PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Bank BJB Syariah Kcp Ciputat Tangerang Selatan). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. 14 (2) : 2067- 2075.
- Rosdiana, R. (2020). Investment Behavior in Generation Z and Millennial Generation. *DIJEFA*, 1(5), 358–372. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Solekhan, A., & Setyorini, D. (2017). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, RISK TOLERANCE DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP MINAT INVESTASI SAHAM MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA ANGKATAN 2017. *Pelita*, 2(3).
- Srikanth, K., & Singh, S. (2017). Impact Of Integrated Marketing Communication On Corporate Brands-An Empirical Evidence From Select Indian Corporate Hospitals. *International Journal of Economic Research*, 14(11), 63–76.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed method) (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.

Suprihati, & Pradanawati, S. L. (2020). the Influence of Knowledge, Investment Motivation and Investment Understanding on Student Interest To Invest in the Capital Market. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 4(4), 1037.

Wijayanto, A. (2008). Analisis Korelasi Product Moment Pearson.

Yuliani, W., Usman, S., & Sudarwati, D. (2020). ANALISA MINAT INVESTASI PASAR MODAL PADA MAHASISWA FEB DI UNIVERSITAS PAPUA. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 9(2).



Lampiran

1. Kuesioner Penelitian

KORELASI ANTARA EPIC KAMPANYE #AKUINVESTORSAHAM BEI DENGAN MINAT BELI SAHAM MAHASISWA PRODI ILMU KOMUNIKASI ATMA JAYA YOGYAKARTA

Halo, perkenalkan nama saya Dion Chandra mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi tingkat akhir dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saya sedang melakukan penelitian sebagai syarat tugas akhir dijenjang perkuliahan S1 mengenai **“KORELASI ANTARA EPIC KAMPANYE #AKUINVESTORSAHAM BEI DENGAN MINAT BELI SAHAM MAHASISWA PRODI ILMU KOMUNIKASI ATMA JAYA YOGYAKARTA”**

Adapun beberapa kriteria yang saya tentukan dalam penelitian ini:

1. Mahasiswa aktif Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2023.

Saya meminta kesediaan anda untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan cara menjawab daftar pertanyaan yang saya sediakan di bawah ini dengan jujur. Saya ucapkan terimakasih atas kesediaan anda.

1. Jenis kelamin:
 Pria
 Wanita

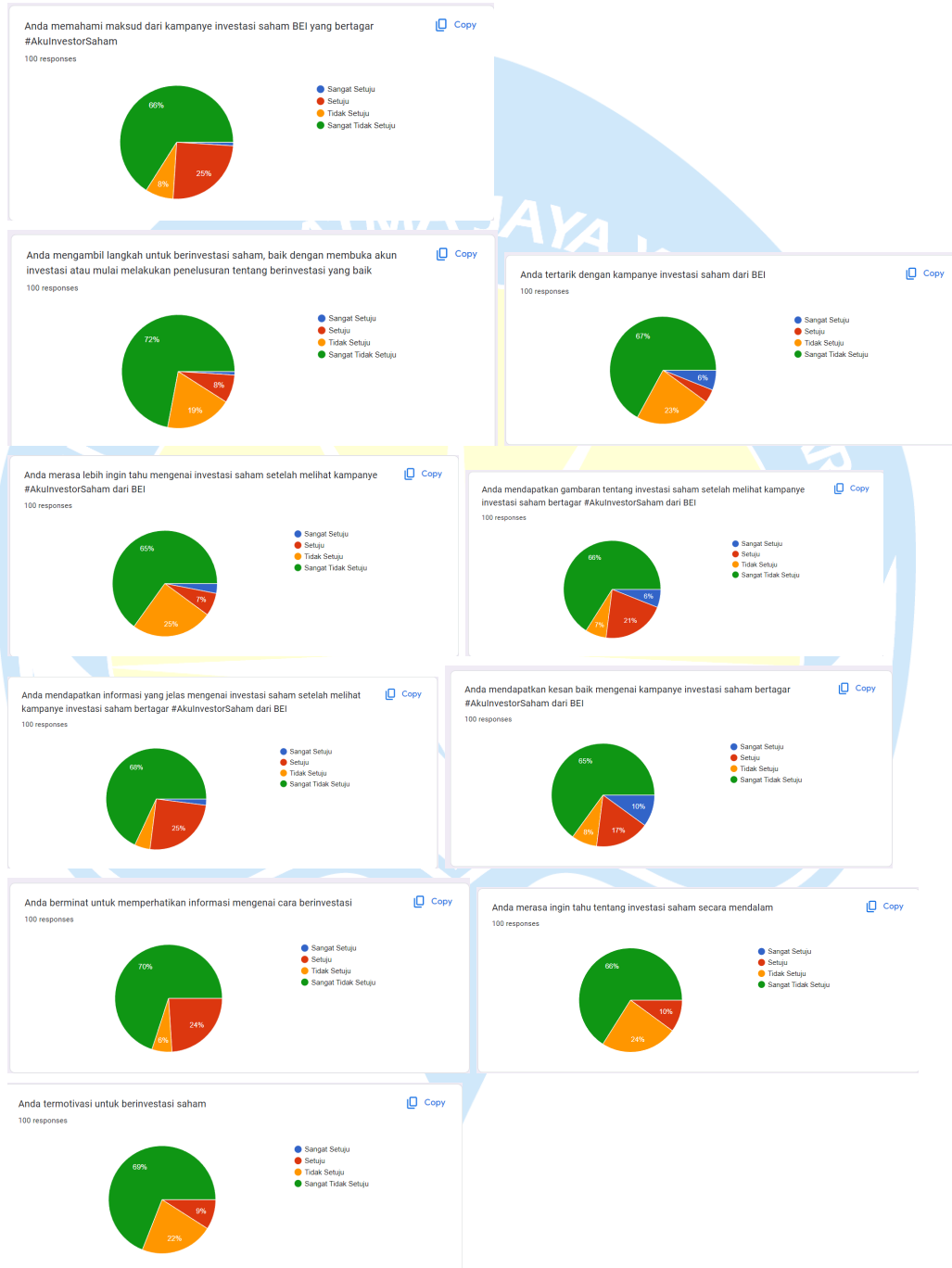
Kuisisioner nanti akan menggunakan skala Likert, di mana akan disediakan lima pilihan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang tersedia, yaitu:

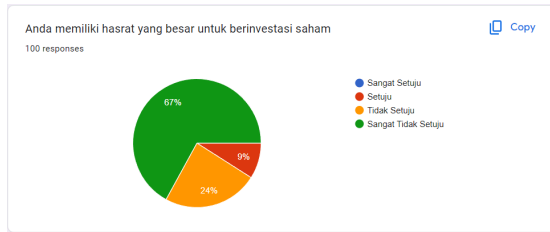
Keterangan:

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

		SS	S	TS	ST S
Empathy					
1	Anda memahami maksud dari kampanye investasi saham BEI yang bertagar #AkuInvestorSaham				
2	Anda tertarik dengan kampanye investasi saham dari BEI				
Persuasion					
3	Anda merasa lebih ingin tahu mengenai investasi saham setelah melihat kampanye #AkuInvestorSaham dari BEI				
Impact					
4	Anda mendapatkan gambaran tentang investasi saham setelah melihat kampanye investasi saham bertagar #AkuInvestorSaham dari BEI				
5	Anda mendapatkan informasi yang jelas mengenai investasi saham setelah melihat kampanye investasi saham bertagar #AkuInvestorSaham dari BEI				
Communication					
6	Anda mendapatkan kesan baik mengenai kampanye investasi saham bertagar #AkuInvestorSaham dari BEI				
Perhatian					
7	Anda berminat untuk memperhatikan informasi mengenai cara berinvestasi				
8	Anda merasa ingin tahu tentang investasi saham secara mendalam				
Ketertarikan					
9	Anda termotivasi untuk berinvestasi saham				
Keinginan					
10	Anda memiliki hasrat yang besar untuk berinvestasi saham				
Tindakan					
11	Anda mengambil langkah untuk berinvestasi saham, dengan mulai melakukan penelusuran tentang berinvestasi yang baik				

2. Hasil Jawaban Responden





3. Hasil Uji Validitas Skala Likert

		Correlations						
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	XTOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.698**	.792**	.890**	.889**	.869**	.924**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.698**	1	.771**	.812**	.816**	.867**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.792**	.771**	1	.798**	.853**	.803**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.890**	.812**	.798**	1	.831**	.919**	.944**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.889**	.816**	.853**	.831**	1	.907**	.953**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.869**	.867**	.803**	.919**	.907**	1	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
XTOTAL	Pearson Correlation	.924**	.888**	.895**	.944**	.953**	.966**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

4. Hasil Uji Reliabilitas Skala Likert Pada Variabel Komunikasi Pemasaran

Cronbach's Alpha	N of item's
0,967	6

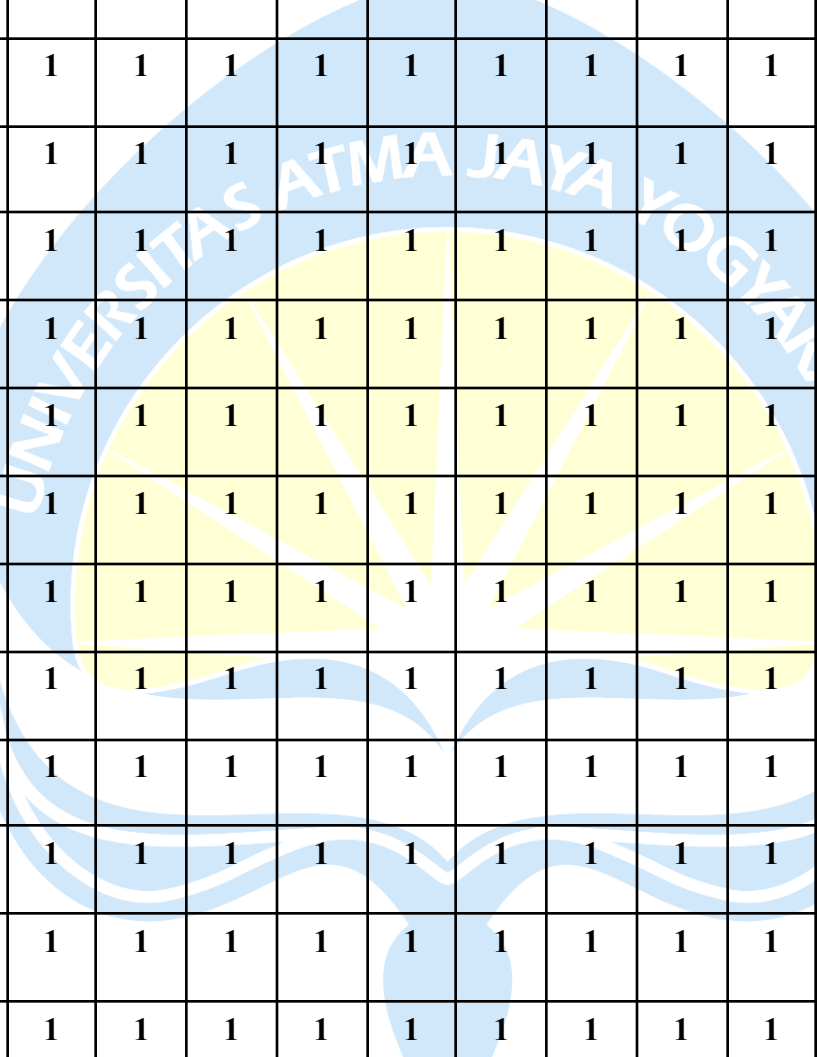
5. Hasil Uji Reliabilitas Skala Likert Pada Variabel Minat Beli

Cronbach's Alpha	N of item's
0,920	5

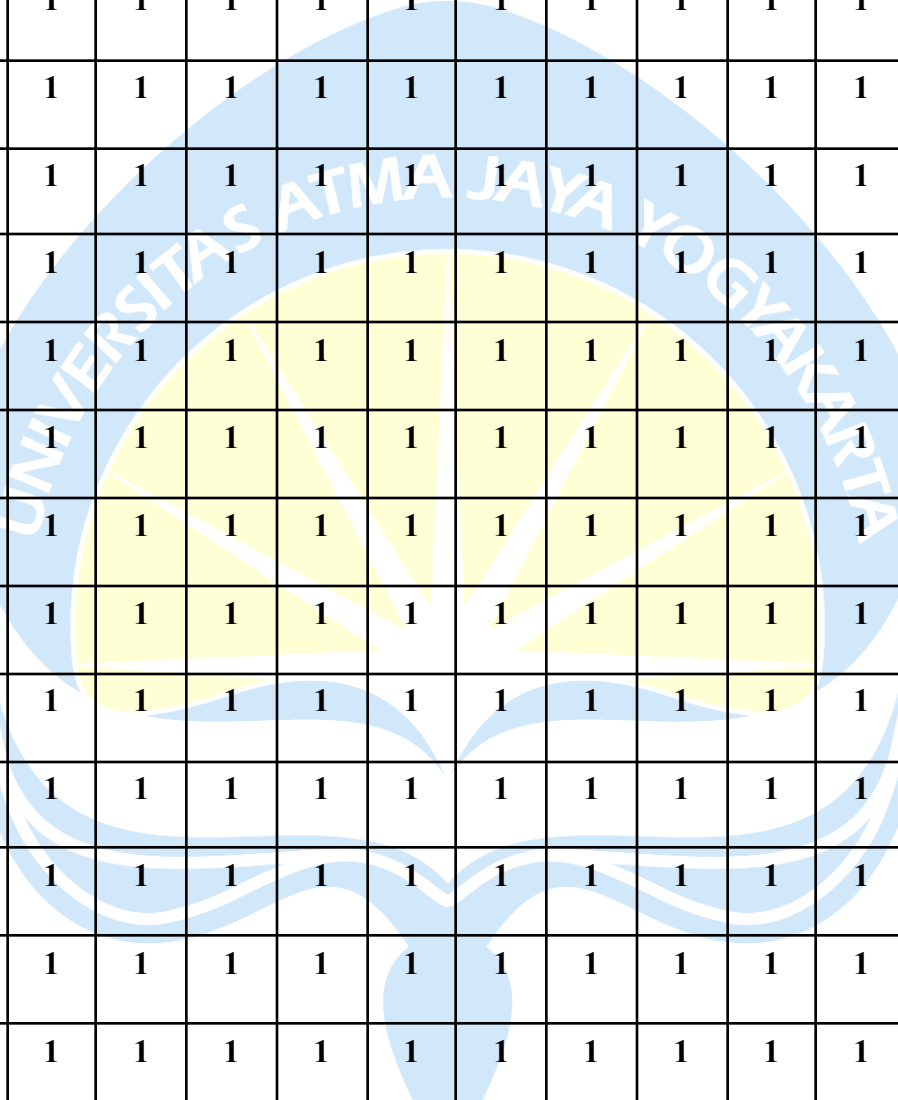
6. Tabel Hasil Jawaban Seluruh Responden dalam Skala Likert

Nomor Sampe	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1
9	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1
10	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
11	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4
12	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1

13	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
14	3	2	2	3	3	3	3	2	1	2	1
15	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1
16	3	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2
17	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1
18	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1
19	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1
20	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2
21	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1
22	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2
23	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
64	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
72	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
73	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
74	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
76	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
79	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
80	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
81	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
82	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
83	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
84	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3

85	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
86	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
87	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
88	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
89	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
90	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
91	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
92	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
93	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
94	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
95	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
96	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
97	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
98	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
99	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
100	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2

