

ABSTRAK

Emma Novitasari (NIM.1620310125). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Kampanye *Social Marketing*, dan Aktifitas Galeri Investasi Syariah IAIN Kudus terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2016 IAIN Kudus. Skripsi, Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, 2020.

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk menguji secara empiris pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa FEBI angkatan 2016 IAIN Kudus. 2) untuk menguji secara empiris persepsi risiko terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa FEBI angkatan 2016 IAIN Kudus. 3) untuk menguji secara empiris pengaruh kampanye *social marketing* terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa FEBI angkatan 2016 IAIN Kudus. 4) untuk menguji secara empiris pengaruh aktifitas galeri investasi syariah IAIN Kudus terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa FEBI angkatan 2016 IAIN Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring yaitu melalui media sosial WhatsApp dan Instagram mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016 yang berjumlah 455 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 82 mahasiswa.

Dari pembahasan dan pemaparan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa 1) Terdapat pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2016. Hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis, nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel ($1,681 > 1,664885$). 2) Terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa FEBI angkatan 2016 IAIN Kudus. Hal ini dapat terlihat nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel ($1,677 > 1,664885$). 3) Terdapat pengaruh kampanye *social marketing* terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa FEBI angkatan 2016 IAIN Kudus. Terlihat dari nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel ($4,882 > 1,664885$). 4) Terdapat pengaruh aktifitas galeri investasi syariah IAIN Kudus terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa FEBI angkatan 2016 IAIN Kudus. Terlihat dari nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ($2,090 > 1,664885$).

Kata Kunci: Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Kampanye Social Marketing, Aktifitas Galeri Investasi Syariah, dan Minat Investasi