

TUGAS AKHIR

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MEDIA SOSIAL DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP MINAT INVESTASI MASYARAKAT KOTA BATAM DI PASAR MODAL



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana

Disusun Oleh :

Pactrik Lauren

2019122021

Pembimbing :

Hardi Bahar, S.E., M.Si

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS UNIVERSAL
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pactrik Lauren

NIM : 2019122021

Program Studi : Akuntansi

Judul TA : “Pengaruh Literasi Keuangan, Sosial Media dan *Social Media Influencer* Terhadap Minat Investasi Masyarakat Kota Batam di Pasar Modal”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir yang saya tulis ini adalah benar-benar karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan (plagiat), belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan dimanapun atau dalam bentuk apapun, serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap tugas akhir saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Batam, 20 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Pactrik Lauren

2019122021

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MEDIA SOSIAL DAN
SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT
INVESTASI MASYARAKAT KOTA BATAM DI PASAR**

MODAL

Disusun Oleh :

Pactrik Lauren

2019122021

Dosen Pembimbing :



Hardi Bahar, S.E., M.Si.

NIDN : 1027098604

Tanggal : 20 Juli 2023

Batam, 20 Juli 2023

Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis

Universitas Universal

Koordinator Program Studi



Hardi Bahar, S.E., M.Si.

NIDN : 1027098604

ABSTRACT

The significant growth of investors after the COVID-19 pandemic that occurred in 2020 raises questions about current investment interest. The existence of social media that rapidly disseminate information about investment, as well as the emergence of social media influencers (people in a position to influence) with content about investment is able to influence investment interest or not, especially in the population of Batam City, with the goal of getting more information about appropriate investment activities and also support programs to increase the growth of investment interest. The analysis of this study applies multiple linear regression analysis techniques with primary data obtained through online questionnaires (Google Form). Based on the results of the analysis conducted, this study shows that financial literacy affects investment interest, social media does not affect investment interest, and social media influencers affect investment interest.

Keywords: *Financial Literacy, Social Media, Social Media Influencer, and Investment Interest*

ABSTRAK

Pertumbuhan signifikan investor pasca pandemi COVID-19 yang terjadi pada tahun 2020 menimbulkan pertanyaan tentang minat investasi saat ini. Adanya media sosial yang cepat menyebarkan informasi tentang investasi, serta munculnya *social media influencer* (orang yang dapat mempengaruhi) dengan konten tentang investasi mampu mempengaruhi minat investasi atau tidak, khususnya pada masyarakat kota Batam dengan tujuan untuk mendapatkan informasi lebih tentang kegiatan investasi yang tepat dan juga program – program pendukung dalam meningkatkan pertumbuhan minat investasi. Analisis dalam Penelitian ini menerapkan teknik analisis regresi linear berganda dengan data primer yang didapatkan melalui kuesioner online (*Google Form*). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi minat investasi, sosial media tidak mempengaruhi minat investasi dan *social media influencer* mempengaruhi minat investasi.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Media Sosial, *Social Media Influencer*, dan Minat Investasi

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur ke hadirat Allah yang Maha Kuasa, yang telah melimpahkan rahmat dan berkat-Nya kepada kita semua, maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Media Sosial dan *Social Media Influencer* Terhadap Minat Investasi Masyarakat Kota Batam di Pasar Modal”. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat persyaratan kelulusan Sarjana (S1) Prodi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Universal dan bertujuan untuk menunjukkan proses dan hasil dari ilmu yang sudah didapat selama masa studi di Sarjana (S1) Prodi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Universal.

Berbagai kendala maupun masalah yang ditemui oleh penulis, seperti pembagian waktu untuk penyusunan tugas akhir, pengumpulan data – data penelitian serta pengolahan untuk hasil dari penelitian tidak menghalangi dan tetap menjadikan ini sebagai motivasi untuk mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Tugas Akhir ini tentu bisa terwujud dengan adanya berbagai bantuan dari pihak – pihak yang terus mendorong serta memotivasi dan dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

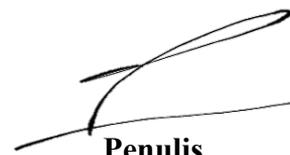
1. Bapak Dr. techn. Aswandy, M.T., selaku Rektor Universitas Universal Batam;
2. Bapak Yodi, S.Kom, M.Si., selaku Wakil Rektor Universitas Universal Batam
3. Ibu Emi Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Rektor Universitas Universal Batam
4. Bapak Dr. Didi Sundiman, S.T., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Universal Batam;
5. Bapak Hardi Bahar, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Universitas Universal Batam dan Dosen Pembimbing yang mengarahkan selama proses Tugas Akhir berlangsung sampai dengan penyusunan Tugas Akhir;

6. Bapak Syarif Hidayah Lubis, S.E., M.Si., selaku Ketua Dosen Penguji yang mengarahkan dan memberikan saran serta kritik selama proses Tugas Akhir berlangsung sampai dengan penyusunan Tugas Akhir;
7. Ibu Kharisma Austin Makaba, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji yang juga mengarahkan dan memberikan saran serta kritik sealama proses Tugas Akhir berlangsung sampai dengan penyusunan Tugas Akhir;
8. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Universal yang telah membagikan ilmu serta pengalaman selama proses pembelajaran berlangsung;
9. Orang Tua serta Keluarga yang terus menerus memberikan dukungan moral untuk menjalankan setiap proses perkuliahan dengan baik;
10. Teman – Teman yang tidak bisa disebut satu persatu menjadi tempat saling bertukar pikiran dan saling memotivasi satu sama lain;
11. Pihak – Pihak lain yang tidak bisa disebut satu persatu dan telah membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga segala bantuan dan motivasi yang sudah diberikan, diberkati secara terus menerus oleh Allah yang Maha Kuasa.

Penulis juga menyadari adanya satu dua kekurangan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini dan setiap pembaca yang memiliki pikiran seperti saran ataupun kritik diharapkan untuk bisa membantu kembali. Semoga penulisan Tugas Akhir ini berguna dan bermanfaat untuk pembaca.

Batam, 20 Juli 2023



Penulis

Pactrik Lauren

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR RUMUS	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teori	9
2.2.1 Literasi Keuangan	9
2.2.2 Media Sosial.....	12
2.2.3 <i>Social Media Influencer</i>	14
2.2.4 Minat Investasi	15
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	17
2.4 Hipotesis Penelitian Tentang Hubungan antar Variabel	18
2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi.....	18
2.4.2 Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Investasi	19
2.4.3 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> terhadap Minat Investasi	20
2.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian.....	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	26

3.3.1	Populasi Penelitian	26
3.3.2	Sampel Penelitian	27
3.4	Metode Pengumpulan Data	28
3.5	Pengujian Instrumen	29
3.5.1	Uji Validitas	30
3.5.2	Uji Reliabilitas	30
3.6	Metode Analisis Data	31
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	31
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	31
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas	32
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.6.5	Uji Hipotesis	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden	35
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.2.1	Deskriptif Variabel Literasi Keuangan	38
4.2.2	Deskriptif Variabel Media Sosial	39
4.2.3	Deskriptif Variabel <i>Social Media Influencer</i>	40
4.2.4	Deskriptif Variabel Minat Investasi	40
4.3	Profil Variabel Penelitian	41
4.3.1	Profil Variabel Literasi Keuangan	41
4.3.2	Profil Variabel Media Sosial	43
4.3.3	Profil Variabel <i>Social Media Influencer</i>	44
4.3.4	Profil Variabel Minat Investasi	44
4.4	Analisis Inferensial	45
4.4.1	Uji Validitas	45
4.4.2	Uji Reliabilitas	47
4.4.3	Uji Normalitas	48
4.4.4	Uji Multikolineritas	49
4.4.5	Uji Heteroskedastisitas	50
4.4.6	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.5	Pengujian Hipotesis	53

4.5.1 Uji t (Uji Parsial).....	53
4.5.2 Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.6.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi.....	54
4.6.2 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Investasi	55
4.6.3 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Minat Investasi ...	56
4.7 Implikasi Penelitian.....	56
4.7.1 Implikasi Teoritis.....	57
4.7.2 Implikasi Praktis	57
4.8 Keterbatasan Penelitian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Investor di Pasar Modal Indonesia 2022.....	1
Gambar 1.2 Demografi Investor Individu di Pasar Modal Indonesia 2022.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	17
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	18
Gambar 3.1 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan, 2019 – 2021	27
Gambar 4.1 Probability Plot	48
Gambar 4.2 Scatterplot.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Jumlah Investor Batam di Pasar Modal Indonesia 2022..	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel Bebas (X).....	21
Tabel 2.3 Definisi Operasional Variabel Terikat (Y)	23
Tabel 3.1 Skala Likert.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	37
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Literasi Keuangan	38
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Media Sosial.....	39
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>Social Media Influencer</i>	40
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Minat Investasi	40
Tabel 4.9 Profil Variabel Literasi Keuangan	42
Tabel 4.10 Profil Variabel Media Sosial.....	43
Tabel 4.11 Profil Variabel <i>Social Media Influencer</i>	44
Tabel 4.12 Profil Variabel Minat Investasi	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial.....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Media Influencer</i>	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial.....	47
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.20 Hasil Uji Glejser	50
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.22 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	53
Tabel 4.23 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi.....	54

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin.....	28
Rumus 3.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini, masyarakat pada umumnya dapat dengan mudah mendapatkan berbagai informasi – informasi yang dibutuhkan dengan adanya teknologi yang berkembang dengan masif. Salah satu informasi yang sering muncul saat ini adalah kegiatan investasi. Kegiatan investasi menjadi salah satu tren yang terus dibahas khususnya dalam media sosial karena dianggap sebagai salah satu cara untuk mencapai *financial freedom* atau kebebasan finansial di masa mendatang. Investasi memiliki beberapa instrumen seperti deposito, reksadana, obligasi, saham, *cryptocurrency*, emas, properti ataupun bentuk investasi lainnya. Investasi diharapkan dapat menjadi alternatif menabung sehingga setiap investor dapat memiliki basis kekayaannya sebagai sebuah jaminan untuk masa depan (Rasheed, Rafique, Zahid, & Akhtar, 2018).

Salah satu kegiatan investasi yang sekarang ini mudah didapatkan informasinya yaitu dengan saham. Saham adalah bukti kepemilikan suatu perusahaan yang merupakan klaim atas penghasilan dan kekayaan perusahaan. Kegiatan investasi saham dilakukan untuk mendapatkan keuntungan melalui *capital gain* dan dividen. Tetapi, dalam melakukan investasi saham juga dapat mengalami kerugian seperti *capital loss* dan juga risiko likuidasi. Instrumen saham merupakan investasi yang pertumbuhannya cukup signifikan dan diikuti juga dengan pertumbuhan kenaikan investor yang cukup stabil dari tahun ke tahun dengan data di bawah ini.



Sumber : Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) 2022

Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Investor di Pasar Modal Indonesia

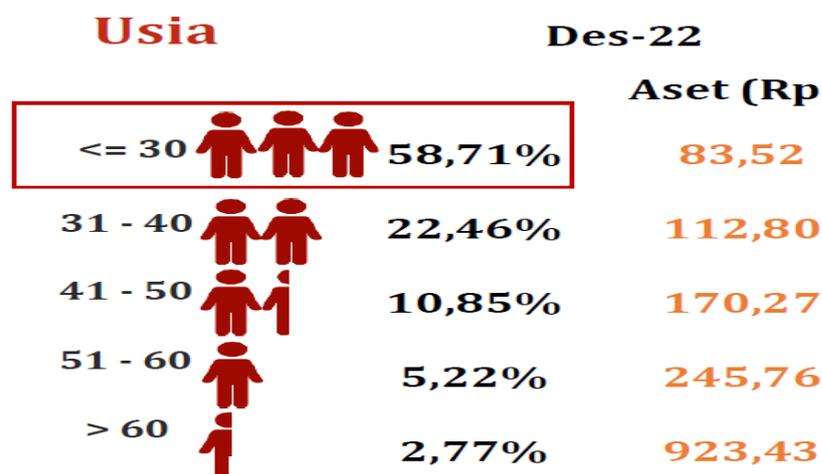
Gambar 1.1 memperlihatkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) bahwasannya pada tahun 2019 jumlah investor yang terdaftar dan memiliki *Single Investor Identification* (SID) baru mencapai 2.484.354. Tidak terduga mulai dari tahun 2020 sampai Desember 2022 jumlah investor yang terdaftar dan memiliki *Single Investor Identification* (SID) mengalami kenaikan secara signifikan dengan pencatatan 3.880.753 (Tahun 2020), 7.489.337 (Tahun 2021), dan 10.311.152 (Desember 2022).

Tabel 1.1 Pertumbuhan Jumlah Investor Batam di Pasar Modal Indonesia 2022

Bulan / Tahun	Jumlah Investor (berdasarkan SID)	Jumlah Kenaikan Investor	Persentase Kenaikan
Oktober 2019	17396	-	
Oktober 2020	27130	9734	56%
Oktober 2021	50843	23713	87%
Oktober 2022	68990	18147	36%

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Tabel 1.1 memperlihatkan data yang dirangkum dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) jumlah investor kota batam yang terdaftar berdasarkan kepemilikan SID dari Oktober 2019 sampai dengan Oktober 2022 menunjukkan tren peningkatan secara signifikan.



Sumber : Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Gambar 1.2 Demografi Investor Individu di Pasar Modal Indonesia 2022

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa golongan usia 30 tahun ke bawah menjadi golongan yang mendominasi dengan persentase sebesar 58,71% dari keseluruhan

jumlah investor di pasar modal Indonesia. Hal ini menjelaskan bahwa generasi muda telah memulai dan bahkan sudah melakukan kegiatan investasi di pasar modal Indonesia. Secara tidak langsung, Pandemi COVID-19 yang terjadi pada Tahun 2020 menyebabkan kesadaran dari individu untuk memulai melakukan kegiatan investasi dengan kemudahan pembuatan *Single Investor Identification* (SID) melalui bank kustodian atau perusahaan efek yang memiliki rekening efek utama di KSEI yang bisa dilakukan secara daring atau *virtual*. Adapun kesadaran ini belum dilandasi dengan pemahaman mengenai literasi keuangan yang bisa menyebabkan terjadinya ketidaksiapan setiap individu untuk melakukan kegiatan investasi.

Pentingnya mengetahui informasi mengenai literasi keuangan agar minat investasi yang sudah muncul bisa dilakukan dengan lebih saksama dan berhati – hati dan tidak dengan mudah mengikuti secara langsung saran – saran dari *Social Media Influencer*. Literasi Keuangan yaitu pengetahuan dan pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk dan layanan jasa keuangan yang bisa memberikan manfaat besar bagi sektor jasa keuangan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Otoritas Jasa Keuangan, 2014). Literasi keuangan diperlukan setiap individu agar dapat mampu menentukan kondisi keuangan serta memutuskan hal – hal yang bisa dilakukan untuk memaksimalkan sumber daya yang dimiliki dengan salah satu cara yaitu melalui investasi yang sesuai dengan profil risiko masing – masing. Karena tingkat kesulitan dalam hal keuangan juga dapat timbul karena ketidaktahuan atau minimnya pengetahuan keuangan yang mengakibatkan kekeliruan dalam mengelola keuangan (Yushita, 2017). Literasi keuangan yang baik juga berdampak pada pembuatan keputusan yang sehat agar dapat mencapai sejahteranya hidup masa depan dan masa sekarang. Kesadaran tersebut akhirnya memunculkan kegiatan menabung yang baik. (Rikayanti & Listiadi, 2020)

(Firdhausa & Apriani, 2021) menyatakan dalam berinvestasi seseorang dipengaruhi oleh minat investasi yaitu perasaan mengagumi dan ingin tahu mengenai jenis – jenis investasi yang ada mulai dari kelebihan, kekurangan, performa investasi, yang kemudian dipelajari lebih jauh atau langsung mencoba berinvestasi bahkan meningkatkan jumlah investasi sebelumnya. Pada saat ini, banyak yang berminat untuk mengetahui dan melakukan investasi setelah melihat teman – temannya menunjukkan hasil yang menguntungkan melalui media sosial.

Penyebaran informasi secara daring melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, menyebabkan pengguna di dalam platform tersebut bisa menerima informasi dan pandangan dari para pengguna yang melakukan posting. Media Sosial di Indonesia berdasarkan hasil riset Wearesocial Hootsuite yang dirilis pada Januari 2022 menunjukkan pengguna media sosial aktif sebanyak 191,4 juta (naik 12,6% dari Tahun 2021 dengan total 170 juta). Penelitian yang dilakukan oleh (Isticharoh & Kardoyo, 2020) menyatakan bahwa penggunaan teknologi media sosial berpengaruh positif terhadap minat investasi namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Junifa, 2019) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Di Dalam media sosial muncul beberapa orang yang berpengaruh untuk mengajak ataupun memotivasi para pengikutnya yang biasanya disebut *Influencer*. *Influencer* mampu menghasilkan konten yang menarik perhatian dan minat bagi pengikutnya sehingga mampu menjadi strategi marketing yang efektif (Hariyanti & Wirapraja, 2018).

Ada beberapa *Social Media Influencer* yang mampu menarik perhatian pengikutnya seperti Felicia Putri Tjiasaka yang menyediakan konten investasi di kanal Youtube, lalu Andhika Diskartes dengan pengikut di Instagram mencapai ratusan ribu yang dikenal sering berbagi tips keuangan pribadi dan strategi investasi serta Raditya Dika yang berprofesi sebagai Komika sekaligus Youtuber merupakan investor yang kerap membagikan tips – tips mengatur keuangan dan pengalaman berinvestasi di kanal Youtube. Pengamat pasar modal Hans Kwee, menegaskan bahwa banyaknya publik figur yang membagikan pengalamannya terkait investasi di pasar modal, berdampak positif bagi peningkatan jumlah investor (Firdhausa & Apriani, 2021).

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Media Sosial, & *Social Media Influencer* terhadap Minat Investasi Masyarakat Kota Batam di Pasar Modal”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat Kota Batam di Pasar Modal?
2. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat Kota Batam di Pasar Modal?
3. Apakah *Social Media Influencer* berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat Kota Batam di Pasar Modal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap minat investasi masyarakat Kota Batam di Pasar Modal.
2. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap minat investasi masyarakat Kota Batam di Pasar Modal.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Social Media Influencer* terhadap minat investasi masyarakat Kota Batam di Pasar Modal.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Investor
Penelitian ini bisa dijadikan sebagai informasi ataupun manfaat tambahan untuk melakukan investasi di Pasar Modal baik sekarang ataupun pada masa mendatang.
2. PT Bursa Efek Indonesia (BEI)
Penelitian ini bisa dijadikan sebuah informasi ataupun manfaat tambahan untuk menentukan kegiatan ataupun program edukasi Investasi kepada masyarakat Kota Batam.

3. Perusahaan

Penelitian ini bisa dijadikan sebuah informasi ataupun manfaat tambahan untuk menentukan strategi penyampaian informasi tentang perusahaan dengan lebih baik.

4. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini juga bisa menjadi sebuah referensi tambahan untuk dilakukan kajian kembali pada masa mendatang khususnya di minat investasi masyarakat Kota Batam di Pasar Modal