

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong inovasi dalam sektor investasi, termasuk investasi properti produktif melalui skema crowdfunding. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan investasi dan penggunaan platform media sosial terhadap minat investasi, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Fokus penelitian adalah pada PT Aksara Semesta Investama yang memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan investor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi studi literatur, perancangan kerangka konseptual, dan penyusunan instrumen penelitian dengan pendekatan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana pengetahuan investasi dan media sosial dapat membangun kepercayaan serta meningkatkan minat investasi. Temuan dari penelitian ini akan memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam memanfaatkan media sosial untuk memperluas aksesibilitas dan meningkatkan loyalitas investor.

Kata Kunci: Pengetahuan Investasi, Media Sosial, Kepercayaan, Minat Investasi, Crowdfunding