

## ABSTRAK

**Ummi Kulsum, NIM 1720210095, Pengaruh *Online Promotion*, *Product Knowledge*, Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Melalui Galeri Investasi Syariah IAIN Kudus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Progam Studi Ekonomi Syariah.**

Dalam berinvestasi minat seorang investor dipengaruhi beberapa faktor. Riset ini bertujuan mengetahui pengaruh *online promotion*, *product knowledge*, dan kemampuan finansial terhadap minat investasi mahasiswa melalui Galeri Investasi Syariah IAIN Kudus. Penelitian ini menggunakan jenis riset lapangan dan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling* berjumlah 75 responden. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji signifikansi simultan, uji signifikansi parameter individual, dan uji koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian dapat diketahui *pertama*: menyatakan bahwa variabel *online promotion* mempunyai pengaruh secara negatif terhadap minat investasi mahasiswa melalui Galeri Investasi Syariah IAIN Kudus. *Kedua*: menyatakan bahwa variabel *product knowledge* mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat investasi mahasiswa melalui Galeri Investasi Syariah IAIN Kudus. *Ketiga*: menyatakan bahwa variabel kemampuan finansial mempunyai pengaruh secara negatif terhadap minat investasi mahasiswa melalui Galeri Investasi Syariah IAIN Kudus.

**Kata kunci : *Online Promotion*, *Product Knowledge*, Kemampuan Finansial, dan Minat Investasi**