Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 35617-35627

Pengaruh Literasi Keuangan, Intensitas Penggunaan Media Sosial, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

Arkan Putra[1] , Pawaka Rayan[2], Hanan Hafizhan[3]

[1,2,3] Universitas Trisakti

*Email: : 023002301052@std.trisakti.ac.id, 023002301039@std.trisakti.ac.id, 023002301043@std.trisakti.ac.id
Corresponding Author: Arkan Putra, 023002301052@std.trisakti.ac.id

Published: Juni, 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong meningkatnya minat investasi di kalangan Generasi Z. Namun, kualitas keputusan investasi yang diambil tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan akses informasi, melainkan juga oleh tingkat literasi keuangan dan persepsi risiko yang dimiliki individu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berusia 17–27 tahun dan pernah melakukan aktivitas investasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 151 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Pengujian data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai t hitung 4,977. Intensitas penggunaan media sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,011 dan nilai t hitung 2,578. Selain itu, persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai t hitung 4,360. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mengindikasikan bahwa literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,354 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan variasi keputusan investasi sebesar 35,4%, sedangkan sisanya sebesar 64,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, dan persepsi risiko merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan, pemanfaatan media sosial secara bijak, serta pemahaman risiko investasi yang baik diperlukan untuk mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional dan berkualitas.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Media Sosial, Persepsi Risiko, Keputusan Investasi, Generasi Z

ABSTRACT

The development of digital technology has driven increased investment interest among Generation Z. However, the quality of investment decisions is influenced not only by ease of access to information but also by an individual's level of financial literacy and risk perception. This study aims to analyze the influence of financial literacy, intensity of social media use, and risk perception on Generation Z's investment decisions. This study used a quantitative approach with an associative research design. The study population was Generation Z individuals aged 17–27 who had previously invested. The sampling technique used purposive sampling, with 151 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis using SPSS. Data testing included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, t-tests, F-tests, and coefficient of determination (R^2) tests. The results indicate that financial literacy has a positive and significant effect on Generation Z's investment decisions, with a significance value of 0.000 and a calculated t-value of 4.977. The intensity of social media use also had a positive and significant effect on investment decisions, with a significance value of 0.011 and a calculated t-value of 2.578. Furthermore, risk perception had a positive and significant effect on investment decisions, with a significance value of 0.000 and a calculated t-value of 4.360. The F-test results showed a significance value of 0.000, indicating that financial literacy, intensity of social media use, and risk perception simultaneously had a significant effect on Generation Z's investment decisions. The Adjusted R-square value of 0.354 indicates that the three independent variables explained 35.4% of the variation in investment decisions, while the remaining 64.6% was influenced by factors outside the research model. Based on the research results, it can be concluded that financial literacy, intensity of social media use, and risk perception are important factors influencing Generation Z's investment decisions. Therefore, improving financial literacy, wise use of social media, and a good understanding of investment risks are necessary to support more rational and quality investment decision-making.

Keywords: *Financial Literacy, Social Media, Risk Perception, Investment Decisions, Generation Z*

© The Author(s). 2026 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kualitas pengambilan keputusan investasi seseorang. Kemampuan dalam memahami konsep-konsep keuangan, mengelola sumber daya finansial secara efektif, serta menyusun perencanaan keuangan yang matang dapat membantu individu dalam menentukan pilihan investasi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan keuangannya. Selain itu, pemahaman yang baik mengenai karakteristik berbagai instrumen investasi memungkinkan seseorang untuk menilai potensi keuntungan dan risiko secara lebih objektif sebelum mengambil keputusan. Dengan bekal pengetahuan tersebut, investor dapat menghindari keputusan yang bersifat spekulatif dan lebih mengedepankan pertimbangan yang rasional.

Hidayat dan Pamungkas (2022) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi berkorelasi dengan kemampuan investor dalam membuat keputusan investasi yang lebih tepat dan terukur. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam membantu individu memahami berbagai informasi yang berkaitan dengan aktivitas investasi. Semakin baik tingkat pemahaman seseorang terhadap aspek-aspek keuangan, semakin besar pula kemampuannya dalam menyusun strategi investasi yang sesuai dengan kondisi dan tujuan finansial yang dimiliki.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Susilawati (2025) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan keuangan, investasi, dan risiko cenderung lebih mampu mengevaluasi berbagai alternatif investasi yang tersedia. Kemampuan tersebut membantu mereka dalam memilih instrumen investasi yang paling sesuai dengan kebutuhan serta target keuangan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, literasi keuangan dapat dipandang sebagai modal dasar yang penting bagi individu dalam menghadapi berbagai keputusan finansial, khususnya yang berkaitan dengan investasi.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi yang berlangsung sangat cepat telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk informasi mengenai investasi. Kehadiran internet dan berbagai platform digital membuat akses terhadap informasi keuangan menjadi semakin mudah dan cepat. Media sosial yang sebelumnya lebih banyak digunakan sebagai sarana komunikasi kini telah berkembang menjadi salah satu sumber informasi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, terutama generasi muda, untuk memperoleh pengetahuan terkait investasi dan pengelolaan keuangan.

Maharani dan Hidayah (2021) mengemukakan bahwa media sosial memiliki peran yang semakin penting dalam proses pengambilan keputusan investasi. Melalui media sosial, individu dapat memperoleh berbagai informasi mengenai peluang investasi, perkembangan pasar, hingga pengalaman investor lain dalam waktu yang relatif singkat. Kemudahan akses tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu referensi yang banyak digunakan sebelum seseorang memutuskan untuk berinvestasi. Namun demikian, informasi yang beredar di media sosial tidak selalu memiliki tingkat akurasi yang sama sehingga pengguna perlu memiliki kemampuan untuk memilah dan mengevaluasi informasi yang diterima agar tidak terjebak pada informasi yang menyesatkan.

Peran media sosial dalam meningkatkan minat dan membentuk keputusan investasi terlihat semakin kuat pada kelompok Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh berdampingan dengan teknologi digital, Generasi Z memiliki intensitas penggunaan media sosial yang relatif tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Kondisi tersebut membuat media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam memperoleh informasi, termasuk informasi mengenai investasi. Rahayu et al. (2024) menemukan bahwa penggunaan media sosial memberikan pengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Semakin sering individu terpapar informasi investasi melalui berbagai platform digital, semakin besar pula peluang munculnya ketertarikan untuk mempelajari dan terlibat dalam kegiatan investasi.

Selain faktor pengetahuan dan akses informasi, keputusan investasi juga dipengaruhi oleh persepsi risiko yang dimiliki oleh setiap individu. Dalam aktivitas investasi, risiko merupakan aspek yang tidak dapat dipisahkan karena setiap instrumen investasi memiliki tingkat ketidakpastian yang berbeda-beda. Persepsi risiko menggambarkan bagaimana seseorang memandang dan menilai kemungkinan kerugian yang dapat timbul dari suatu investasi. Perbedaan persepsi terhadap risiko sering kali menyebabkan adanya perbedaan perilaku dalam mengambil keputusan investasi.

Badriatin et al. (2022) menjelaskan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa. Individu yang mampu memahami serta menilai tingkat risiko suatu investasi secara tepat cenderung lebih berhati-hati dalam menentukan pilihan investasi. Mereka akan mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang dapat terjadi sebelum memutuskan untuk menempatkan dana pada instrumen tertentu. Sebaliknya, individu yang memiliki persepsi risiko yang rendah berpotensi mengambil keputusan investasi yang kurang mempertimbangkan aspek keamanan dan tingkat ketidakpastian yang ada.

Dalam konteks Generasi Z, literasi keuangan, media sosial, dan persepsi risiko menjadi tiga faktor yang sangat relevan untuk dikaji. Meningkatnya jumlah investor muda menunjukkan bahwa generasi ini memiliki ketertarikan yang besar terhadap aktivitas investasi. Kemudahan akses terhadap aplikasi investasi digital serta melimpahnya informasi yang tersedia melalui media sosial turut mendorong partisipasi Generasi Z dalam pasar investasi. Meskipun demikian, tingginya minat investasi tersebut belum tentu diikuti oleh kemampuan yang memadai dalam mengambil keputusan investasi yang tepat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi menjadi sangat penting untuk diteliti.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara literasi keuangan, media sosial, dan persepsi risiko dengan keputusan investasi. Namun, hasil yang diperoleh masih menunjukkan perbedaan temuan antarpenelitian. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu cenderung menguji pengaruh masing-masing variabel secara terpisah sehingga belum memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai keterkaitan ketiga faktor tersebut dalam memengaruhi keputusan investasi. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang masih perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi Generasi Z secara simultan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan investasi pada generasi muda. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian keuangan perilaku, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak dalam merancang program edukasi keuangan dan investasi yang lebih efektif bagi Generasi Z.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi Generasi Z. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik. Menurut Sugiyono (2022), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data yang bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dengan demikian, pendekatan kuantitatif dinilai sesuai untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel yang menjadi fokus penelitian ini.

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2022), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi sejauh mana variabel independen, yaitu literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, dan persepsi risiko, berkontribusi terhadap variabel dependen berupa keputusan investasi Generasi Z.

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang termasuk ke dalam kelompok Generasi Z, yaitu generasi yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan tumbuh pada era perkembangan

teknologi digital yang sangat pesat. Generasi ini dipilih karena memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, terutama dalam hal penggunaan teknologi dan akses terhadap informasi digital. Generasi yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital dikenal sebagai digital natives, yaitu kelompok yang terbiasa menggunakan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang sangat dekat dengan media sosial dan memiliki peluang yang besar untuk terlibat dalam aktivitas investasi berbasis digital.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2022), purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Penggunaan teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh responden yang benar-benar memenuhi karakteristik yang relevan dengan objek penelitian sehingga data yang diperoleh lebih representatif terhadap tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Adapun kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini meliputi: (1) termasuk dalam kategori Generasi Z dengan rentang usia 17–27 tahun, (2) pernah atau sedang melakukan aktivitas investasi, (3) aktif menggunakan media sosial, dan (4) bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap. Penetapan kriteria tersebut dimaksudkan agar responden memiliki pengalaman dan pemahaman yang relevan dengan variabel yang diteliti sehingga dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan (error tolerance) sebesar 5%. Penggunaan rumus Slovin bertujuan untuk memperoleh jumlah sampel yang mampu mewakili populasi secara memadai ketika ukuran populasi diketahui. Menurut Umar (2019), rumus Slovin dapat digunakan untuk menentukan ukuran sampel dengan mempertimbangkan tingkat kesalahan yang masih dapat ditoleransi oleh peneliti. Dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, diharapkan sampel yang diperoleh mampu memberikan gambaran yang representatif mengenai karakteristik populasi yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Analisa Statistik Deskriptif

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	151	6,00	25,00	18,5563	4,42363
Intensitas Penggunaan Media Sosial	151	5,00	25,00	18,9536	4,44873
Persepsi Resiko	151	5,00	20,00	14,8874	3,63968
Keputuhan Investasi	151	8,00	25,00	19,0662	4,31690
Valid N (listwise)	151				

Data yang tersaji pada Tabel 1 di atas memperlihatkan bahwa keseluruhan responden (n) dalam penelitian ini terdiri atas 151 mahasiswa Trisakti yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Adapun nilai minimum merepresentasikan perolehan terendah dari keseluruhan data, sedangkan nilai maksimum merepresentasikan perolehan tertinggi yang tercatat dalam distribusi data tersebut.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan terhadap setiap butir pernyataan yang terdapat dalam kuesioner guna memverifikasi apakah masing-masing pernyataan tersebut mampu merepresentasikan konstruk yang hendak diukur dengan tingkat akurasi yang memadai. Prosedur pengujian validitas ini dijalankan dengan cara membandingkan nilai r hitung yang diperoleh dengan nilai r tabel yang telah ditetapkan. Hasil pengujian validitas dalam penelitian ini ditampilkan pada uraian berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	**X1.1**	**0,831****	**0,159**	**VALID**
	X1.2	**0,792****	**0,159**	**VALID**
	X1.3	**0,778****	**0,159**	**VALID**
	X1.4	**0,832****	**0,159**	**VALID**
	X1.5	**0,796****	**0,159**	**VALID**
Meidia Sosial (X2)	**X2.1**	**0,853****	**0,159**	**VALID**
	X2.2	**0,868****	**0,159**	**VALID**
	X2.3	**0,800****	**0,159**	**VALID**
	X2.4	**0,815****	**0,159**	**VALID**
	X2.5	**0,839****	**0,159**	**VALID**
Persepsi Risiko (X3)	**X3.1**	**0,784****	**0,159**	**VALID**
	X3.2	**0,844****	**0,159**	**VALID**
	X3.3	**0,844****	**0,159**	**VALID**
	X3.4	**0,836****	**0,159**	**VALID**
Keputusan Investasi (Y)	**Y1**	**0,767****	**0,159**	**VALID**
	Y2	**0,836****	**0,159**	**VALID**
	Y.3	**0,862****	**0,159**	**VALID**
	Y.4	**0,787****	**0,159**	**VALID**
	Y.5	**0,787****	**0,159**	**VALID**

Berdasarkan hasil uji validitas yang tercantum pada Tabel 2 di atas, keseluruhan butir pernyataan yang diuji menghasilkan nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan tersebut dinyatakan telah memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi dan keandalan yang memadai dalam mengukur variabel penelitian. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila mampu menghasilkan data yang konsisten ketika digunakan dalam kondisi yang relatif sama. Hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan_X1	0,865	Reliabel
Media Sosial_X2	0,891	Reliabel
Persepsi Risiko_X3	0,846	Reliabel
Keputusan Investasi_Y	0,867	Reliabel

3. Uji Asumsi Klasik

Rangkaian uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri atas tiga tahapan yang dilaksanakan secara sistematis dan berurutan, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi-asumsi dasar sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat dipercaya dan diinterpretasikan secara tepat.

Tahap pertama adalah uji normalitas yang dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200. Karena nilai tersebut lebih besar daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05, maka data penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi sehingga data layak digunakan dalam analisis regresi.

Tahap kedua adalah uji multikolinearitas yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,897 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,114. Variabel Media Sosial (X2) memperoleh nilai tolerance sebesar 0,893 dan nilai VIF sebesar 1,120. Sementara itu, variabel Persepsi Risiko (X3) memiliki nilai tolerance sebesar 0,861 dan nilai VIF sebesar 1,161. Seluruh variabel menunjukkan nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Tahap ketiga adalah uji heteroskedastisitas yang dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar garis nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu yang sistematis. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi dan model regresi dinilai layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan (X1), Media Sosial (X2), dan Persepsi Risiko (X3) terhadap Keputusan Investasi (Y), baik secara parsial maupun simultan. Menurut Ghozali (2021), analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengukur arah dan besarnya pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh temuan-temuan sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.084	1.683		2.427	.016
	X1	.337	.068	.345	4.977	.000
	X2	.174	.067	.179	2.578	.011
	X3	.366	.084	.308	4.360	.000

a. Dependent Variable: Y

Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian, variabel Literasi Keuangan (X1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar 4,977. Variabel Media Sosial (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,011 dengan nilai t hitung sebesar 2,578, sedangkan variabel Persepsi Risiko (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar 4,360. Seluruh nilai signifikansi yang diperoleh berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 28,395 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki peran penting dalam menjelaskan variasi keputusan investasi mahasiswa.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,354. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Persepsi Risiko secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi keputusan investasi mahasiswa sebesar 35,4%, sedangkan sisanya sebesar 64,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Dengan demikian, ketiga variabel independen yang diteliti memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam menjelaskan keputusan investasi mahasiswa.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

Literasi keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung kualitas pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z. Kemampuan memahami konsep-konsep keuangan, mengelola sumber daya finansial secara terencana, memahami risiko investasi, serta mengenali karakteristik berbagai instrumen investasi merupakan bekal yang diperlukan individu untuk menentukan pilihan investasi secara lebih rasional dan terukur. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami informasi keuangan, mengevaluasi berbagai alternatif investasi, serta mengambil keputusan yang sesuai dengan kondisi dan tujuan keuangan yang dimiliki.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang, semakin baik pula kemampuannya dalam mempertimbangkan potensi keuntungan dan risiko sebelum mengambil keputusan investasi. Pemahaman keuangan yang memadai mampu meningkatkan kepercayaan diri investor dalam mengambil keputusan serta mengurangi kecenderungan untuk melakukan investasi berdasarkan spekulasi semata.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Dalam konteks investasi, literasi keuangan dapat memperkuat perceived behavioral control karena individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang memadai akan merasa lebih mampu dan percaya diri dalam melakukan aktivitas investasi. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar pula peluangnya untuk menghasilkan keputusan investasi yang berkualitas.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Hidayat dan Pamungkas (2022), Pratiwi dan Susilawati (2025), serta Mahwan dan Herawati (2021), yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Konsistensi hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan merupakan faktor penting dalam mendorong kualitas keputusan investasi Generasi Z.

Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah memberikan kemudahan bagi masyarakat, khususnya Generasi Z, untuk memperoleh berbagai informasi terkait investasi. Media sosial menghadirkan beragam konten yang berkaitan dengan investasi, mulai dari edukasi keuangan, ulasan instrumen investasi, pengalaman investor, hingga informasi perkembangan pasar. Berbagai informasi tersebut dapat menjadi referensi yang membantu individu dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin sering seseorang memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi investasi, semakin besar pula peluangnya untuk memperoleh pengetahuan yang dapat mendukung proses pengambilan keputusan investasi. Kemudahan akses informasi yang ditawarkan media sosial terbukti mampu meningkatkan minat dan keyakinan Generasi Z dalam berinvestasi.

Temuan ini sejalan dengan konsep Behavioral Finance yang menjelaskan bahwa keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh informasi yang diterima, kondisi lingkungan, dan faktor psikologis individu. Informasi investasi yang diperoleh melalui media sosial dapat memengaruhi persepsi individu terhadap peluang keuntungan maupun risiko investasi sehingga turut memengaruhi keputusan yang diambil.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Rahayu et al. (2024), Maharani dan Hidayah (2021), serta Prabandari dan Kustina (2026) yang menyimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Oleh karena itu, media sosial dapat menjadi sarana edukasi investasi yang efektif selama informasi yang digunakan berasal dari sumber yang kredibel dan dapat dipercaya.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

Persepsi risiko merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan keputusan investasi seseorang. Setiap instrumen investasi memiliki tingkat risiko yang berbeda sehingga kemampuan individu dalam memahami dan menilai risiko menjadi aspek yang sangat penting sebelum mengambil keputusan investasi. Investor yang memiliki persepsi risiko yang baik umumnya lebih mampu menyeimbangkan pertimbangan antara potensi keuntungan dan kemungkinan kerugian yang dapat terjadi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan individu dalam memahami dan mengidentifikasi risiko investasi, semakin baik pula kualitas keputusan investasi yang dihasilkan. Pemahaman yang memadai mengenai risiko memungkinkan investor memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan, kondisi finansial, dan tingkat toleransi risiko yang dimiliki.

Temuan ini sejalan dengan Prospect Theory yang menjelaskan bahwa individu cenderung mempertimbangkan risiko dan potensi kerugian sebelum mengambil keputusan. Investor yang memiliki pemahaman risiko yang baik cenderung lebih berhati-hati, melakukan analisis yang lebih matang, serta menghindari keputusan investasi yang hanya didasarkan pada tren atau spekulasi semata.

Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Badriatin, Rinandiyana, dan Marino (2022), Mahwan dan Herawati (2021), serta Rindiani dan Darmawan (2024) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Dengan demikian, kemampuan memahami dan mengukur risiko investasi merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan kualitas keputusan investasi Generasi Z secara lebih rasional dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Rangkaian pengujian yang telah dilaksanakan secara menyeluruh dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, dan persepsi risiko terbukti secara empiris berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Kemampuan dalam menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan, memahami berbagai instrumen investasi yang tersedia di pasar, serta menilai risiko secara tepat dan proporsional terbukti memberikan kontribusi penting dalam membantu individu mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan berkualitas. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang, semakin tinggi pula kemampuannya dalam mempertimbangkan peluang dan risiko investasi sebelum menentukan keputusan investasi yang akan diambil.

Kehadiran media sosial sebagai bagian dari perkembangan teknologi digital juga terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Berbagai konten edukasi investasi yang tersedia pada platform digital mampu memperluas wawasan dan pengetahuan individu mengenai investasi, sekaligus meningkatkan minat untuk berpartisipasi dalam aktivitas investasi. Namun demikian, informasi yang diperoleh melalui media sosial perlu disikapi secara kritis dan selektif agar keputusan investasi yang diambil tetap didasarkan pada informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Di sisi lain, persepsi risiko yang baik memungkinkan investor untuk memilih instrumen investasi yang sesuai dengan kondisi keuangan, tingkat toleransi risiko, dan tujuan keuangan jangka panjang yang ingin dicapai.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa keputusan investasi Generasi Z dipengaruhi oleh tiga aspek utama, yaitu tingkat literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, dan persepsi risiko. Temuan tersebut sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB), Behavioral Finance Theory, dan Prospect Theory yang menjadi landasan teoritis penelitian ini. Ketiga teori tersebut menjelaskan bahwa perilaku investasi tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan dan kemampuan individu, tetapi juga oleh lingkungan informasi yang diakses serta cara individu memandang dan mengelola risiko dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Penelitian ini hanya menguji pengaruh literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas ruang lingkup kajian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi, seperti tingkat pendapatan, motivasi investasi, perilaku keuangan, pengalaman investasi, locus of control, self-efficacy, maupun faktor-faktor lain yang relevan. Penambahan variabel tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi Generasi Z.

Bagi Generasi Z, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk terus meningkatkan literasi keuangan melalui berbagai sumber pembelajaran yang kredibel. Selain itu, Generasi Z juga perlu bersikap lebih kritis dalam menyaring informasi investasi yang diperoleh dari media sosial serta tidak mudah terpengaruh oleh tren investasi yang belum tentu sesuai dengan kebutuhan dan kondisi keuangan pribadi.

Bagi investor muda, penting untuk membangun kebiasaan dalam melakukan analisis risiko sebelum mengambil keputusan investasi. Setiap keputusan investasi hendaknya didasarkan pada pertimbangan yang matang mengenai potensi keuntungan, tingkat risiko, kondisi keuangan, dan tujuan investasi yang ingin dicapai. Dengan demikian, keputusan investasi yang diambil dapat menjadi lebih terencana, rasional, dan mendukung pencapaian tujuan keuangan jangka panjang secara berkelanjutan.

REFERENCES

Ahzar, F. A., Quirniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2024). Investasi digital: Faktor penentu dalam keputusan investasi.

Andreansyah, R., & Merisa, F. (2022). Analisis literasi keuangan, pendapatan, dan perilaku keuangan terhadap keputusan investasi.
Andriyani, M., Aliyani, T., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi ditinjau dari profitabilitas, literasi keuangan, dan toleransi risiko: Literature review.
Anita, N., & Naryoto, P. (2024). Pengaruh financial literacy dan media sosial terhadap keputusan investasi di pasar modal dengan brand ambassador influencer sebagai variabel mediasi.
Azizah, A. W., & Fatimah. (2025). Pengaruh media sosial dan edukasi keuangan terhadap kesadaran investasi (studi pada Generasi Z di DKI Jakarta).
Badriatin, T., Rinandiyana, L. R., & Marino, W. S. (2022). Persepsi risiko dan sikap toleransi risiko terhadap keputusan investasi mahasiswa.
Candra, T., Darren, A., et al. (2025). Investasi saham oleh Gen Z: Peran literasi keuangan, media sosial, dan literasi digital.
Darussalam, R. K., Syamsidar, & Mimiasri. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap keputusan investasi pada Generasi Z di Kota Banda Aceh.
Eduard, M. B., Widyastuti, T., Maidani, & Sari, P. N. (2024). Pengaruh pengetahuan investasi, financial literacy, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi pada Generasi Milenial dan Generasi Z di Kecamatan Bekasi Utara.
Fadilah, M. N., Indriwan, N., Khoirunnisa, N., & Mulyantini, S. (2022). Review faktor penentu keputusan investasi pada Generasi Z dan milenial.
Hidayat, V. E., & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan toleransi risiko terhadap keputusan investasi pada saham.
Khairuna Siregar, D., & Anggraeni, D. R. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa.
Mahwan, I. B. P. F., & Herawati, N. T. (2021). Pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan locus of control terhadap keputusan investasi pengusaha muda di Singaraja.
Maharani, B., & Hidayah, N. (2021). Peran media sosial dalam pengambilan keputusan investasi.
Prabandari, K. D. V., & Kustina, K. T. (2026). Pengaruh media sosial dan herding behavior terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kota Denpasar dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi.
Pratiwi, R., & Susilawati, S. (2025). Pengaruh financial literacy dan financial behaviour terhadap keputusan investasi.
Putri, I. H. A., & Santoso, A. (2024). Pengaruh pengetahuan investasi, persepsi risiko, dan kemajuan teknologi terhadap keputusan investasi.
Rahayu, N., Anwar, A., Genadi, Y. D., & Pradnyani, I. G. A. A. (2024). Pengaruh kemajuan teknologi (media sosial) dan literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram.
Rahmawati, W. A., & Nurohman, Y. A. (2025). Penggunaan Theory of Planned Behavior untuk memprediksi investasi emas di bank syariah.
Ramadhani, R. A., Fitriaty, & Lubis, T. A. (2022). Pengaruh teknologi dan pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi mahasiswa di pasar modal.
Rindiani, P. N., & Darmawan, N. A. S. (2024). Pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi, persepsi risiko, dan motivasi investasi terhadap pengambilan keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z Denpasar.
Rizki, T., Sumastuti, E., & Meiriyanti, R. (2025). Analisis pengetahuan investasi dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi yang dimediasi minat investasi pada mahasiswa di Kota Semarang.
Sahabuddin, R., Ramadhani, R., Sari, N., & Azzahra, F. (2025). Pengaruh media sosial terhadap keputusan keuangan melalui literasi keuangan pada Generasi Z: Studi tentang literasi keuangan.
Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
Supeini, R. E., Sari, M. I., & Rozzaid, Y. (2023). Determinan keputusan investasi Generasi Z.
Yundari, T., & Artati, D. (2021). Analisis pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, dan pendapatan terhadap keputusan investasi (studi kasus pada karyawan swasta di Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen).