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 (1) 2026, Page: 21791-21803

PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NONKEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI DI MEDIASI OLEH REPUTASI PERUSAHAAN PADA INVESTOR GEN Z DI MEDAN

Afni Kurnia Sari[1], Zuwina Miraza[2], Teguh Setiawan[3]

[1,2,3]UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN

Corresponding Author: afnikurnia66@gmail.com zuwinamiraza@gmail.com tghsetia62@gmail.com

Published: April , 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of financial and non-financial information on investment decisions mediated by corporate reputation on gen Z investors in Medan. This type of research is quantitative research. The data taken in the study are primary data, namely questionnaires distributed to respondents via google form. The sampling technique used was purposive sampling and 219 respondents were obtained. The data analysis method in this study is the particial Least square (PLS) method with SmartPLS 4 software.

The results showed that financial information has an insignificant effect on investment decisions, non-financial information has a significant effect on investment decisions, company reputation does not mediate the relationship between financial information on investment decisions, and company reputation does not mediate the relationship between non-financial information on investment decisions.

Keywords: Financial Information, Non-financial Information, Corporate Reputation, and Investment Decision

© The Author(s). 2021 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

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan akses yang lebih mudah dan cepat terhadap berbagai jenis informasi, termasuk informasi keuangan dan non keuangan yang relevan bagi investor. Hal ini berdampak signifikan terhadap perilaku investasi, terutama di kalangan generasi muda, seperti gen z, yang mulai aktif dalam kegiatan investasi. Menurut pew research center, generasi z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Mereka adalah generasi yang tumbuh dewasa di era teknologi digital yang pesat dan memiliki karakteristik yang unik dalam memilih instrumen investasi. Salah satu karakteristik generasi z dalam memilih instrumen investasi adalah kecenderungan mereka untuk lebih memilih instrumen investasi berbasis teknologi dan berkelanjutan. Generasi z lebih memperhatikan faktor lingkungan dan sosial dalam melakukan investasi, sehingga mereka lebih memilih instrumen investasi yang mempromosikan nilai-nilai yang berkelanjutan. Studi strategi investasi yang sesuai dengan karakteristik generasi z meliputi mempertimbangkan risiko, memilih instrumen investasi berbasis teknologi, dan mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan. Selain itu, generasi z cenderung lebih memilih instrumen investasi yang mudah diakses dan mudah digunakan, seperti investasi online dan aplikasi mobile. (suardhana et al, 2023)

Harga saham adalah harga per lembar saham yang berlaku di pasar modal. Harga saham merupakan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh investor dalam melakukan investasi, karena harga saham menunjukkan prestasi emiten.

Berdasarkan situs berita universitas gadjah mada, 20 desember 2022, berdasarkan hasil studi terkait investasi multi platform memperlihatkan keterlibatan generasi muda dalam sistim ekonomi khususnya investor retail

cukup menggembirakan. Bahkan, mereka dominan mencapai 75 persen dengan mayoritas usia 18-35 tahun. Artinya, rata-rata dari mereka adalah pelajar atau mahasiswa dan ini penting untuk diapresiasi secara positif sebab sedari muda sadar investasi. Claudia kolonas, co-founder pluang, menyatakan fenomena tersebut menjadi hal yang menarik. Diakui atau tidak, menurutnya sejak era pandemi terlihat banyak anak muda terutama generasi milenial dan generasi z menjadi lebih melek investasi. Bagi claudia fenomena ini menjadi hal yang baik sebab jika dibandingkan dengan zaman sebelumnya orang mulai melakukan investasi saat sudah berumur 40 tahun atau bahkan 50 tahun. Akan tetapi kondisi saat ini menarik sebab tidak sedikit dari mereka baru berumur 18 tahun. Claudia menyampaikan hasil riset dari idm memperlihatkan 50 persen dari generasi z dan generasi milenial sebenarnya sudah tertarik dengan apa itu investasi. Dari data tersebut memperlihatkan kondisi yang sangat berbeda dengan 5 tahun kebelakang, dan ketertarikan anak muda di investasi ini benar-benar telah merubah pikiran anak-anak muda di indonesia.

Berdasarkan situs berita cnbc indonesia, 10 agustus 2023. Anak muda atau gen z disebut mendominasi total investor pasar modal. Sepanjang 46 tahun pasar modal dibuka kembali, investor berumur di bawah 30 tahun sebesar 57,26%. "pertumbuhan invesor juga didominasi gen-z sebesar 57,26% dari total investor," ujar kepala eksekutif pengawas pasar modal, keuangan derivatif dan bursa karbon ojk inarno djajadi dalam perayaan hari jadi ke 46 pembukaan kembali pasar modal, bursa efek indonesia (bei), kamis, (10/8/2023).

Berdasarkan data pt kustodian sentral efek indonesia (ksei) per 8 agustus 2023, investor dengan usia dibawah 30 tahun tercatat sebesar 57,26

Dengan total aset sebesar rp50,08 triliun. Kemudian usia 31 - 40 tahun sebanyak 23,18% dengan jumlah aset mencapai rp112,66 triliun. Sementara investor berusia 41 - 50 tahun sebanyak 11,29% dengan total aset mencapai sebesar rp171,19. Usia 51-60 persen sebanyak 5,41% dengan kepemilikan aset sebesar rp249,91 triliun serta investor di atas 60 tahun sebanyak 2,87% dengan total aset mencapai rp891,90 triliun. Seiring dengan hut ke-46 pembukaan kembali pasar modal ini, ksei mencatat investor pasar modal sebanyak 11,46 juta dan didominasi oleh investor muda sebesar 78%. Sementara secara year-to-date, jumlah investor pasar modal meningkat 11,15% menjadi 11,46 juta dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 10,31 juta. Dari sisi demografi per 8 agustus 2023, investor individu di indonesia didominasi oleh 62,16 persen laki-laki, 56,98 persen berusia di bawah 30 tahun, 32,29 persen pegawai swasta, negeri dan guru, 64,04 persen berpendidikan terakhir sma dan 46,92 persen berpenghasilan rp10 juta - 100 juta per tahun. Data kepemilikan rekening investor di agen penjual efek reksa dana financial technology pun menguatkan klaim dominasi dari investor muda di pasar modal indonesia. Capaian tersebut saat ini telah mencapai 78%. (cnbc indonesia, 2024)

Informasi keuangan dan nonkeuangan berperan penting dalam membangun reputasi perusahaan. Sebagian besar penelitian yang didasarkan pada keputusan investasi hanya mempertimbangkan peran keuangan dan mengabaikan informasi non-keuangan. Meskipun ada peningkatan fokus pada informasi nonkeuangan, upaya yang terbatas telah dikhususkan untuk mempelajari bagaimana investor individu dari negara berkembang memandang dan menilai informasi nonkeuangan (kromidha dan li, 2019). Oleh karena itu, memahami preferensi investor individu tentang informasi nonkeuangan akan membantu dalam meningkatkan proses pengambilan keputusan mereka (vismara, 2018). Perhatian utama dari penelitian ini adalah untuk menguji pengambilan keputusan investor individu dalam konteks gen z. Fokus penelitian ini adalah untuk menentukan keputusan kegunaan informasi keuangan dan non-keuangan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan bagaimana informasi keuangan dan nonkeuangan membangun reputasi perusahaan yang dipersepsikan, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan investor individu.

Berdasarkan uraian di atas, pentingnya informasi keuangan dan informasi non-keuangan dalam proses pengambilan keputusan berinvestasi maka dalam menyusun penelitian ini penulis mengambil judul: “pengaruh informasi keuangan dan non keuangan terhadap keputusan berinvestasi

di mediasi oleh reputasi perusahaan pada investor gen z di medan". Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengidentifikasikan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

Apakah informasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi pada investor gen z di medan?

Apakah informasi nonkeuangan berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi pada investor gen z di medan?

Apakah reputasi perusahaan memediasi hubungan antara informasi keuangan terhadap keputusan berinvestasi pada investor gen z di medan?

Apakah reputasi perusahaan memediasi hubungan antara informasi non keuangan terhadap keputusan berinvestasi pada investor gen z di medan?

METODE

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menggabungkan hubungan antar variabel yang digunakan dan memberikan gambaran secara metodis tentang fakta dan karakteristik subjek penelitian.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat variabel-variabel penelitian dianalisis atau tempat dimana unit analisis berada. Lokasi penelitian ini adalah Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berlokasi di Jl. Ir. H. Juanda Baru No. A5-A6, Ps. Merah Bar., Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah investor gen z yang melakukan kegiatan investasi di Sumut sekitar 324 ribu orang. Menurut Hair et al (2020) ukuran sampel yang baik berkisar pada jumlah 100-200 responden. Jadi di penelitian ini mengambil sampel sebanyak 219 responden. Teknik pengambilan sampel di penelitian ini adalah teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

1. Investor kelahiran 1997 – 2012 (Gen Z)
2. Sudah melakukan transaksi investasi minimal 3 bulan

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengepul data. Penulis dalam penelitian ini mendapatkan data dan informasi melalui kuesioner yang akan di bagikan kepada investor yang dijadikan sampel penelitian.

1. Metode Analisis Outer

   Model Hubungan antara indeks dan variabel laten diuraikan dalam model ini. Atau bisa dikatakan bahwa setiap hubungan indikator dengan variabel latennya ditentukan oleh model ekstrinsik. Menurut Musyaffi et al. (2022) pemeriksaan outer model adalah sebagai berikut :

   1) Convergen Validity. Nilai validitas konvergen adalah nilai loading factor pada variabel laten dengan indikator-indikator. Nilai loading factor > 0,7 dikatakan ideal dan nilai loading factor > 0,5 masih dapat diterima.
   2) Discriminant Validity. Dengan membandingkan beban pada struktur yang bersangkutan, yang harus lebih besar dari beban pada struktur lain, terhadap nilai ini, faktor beban silang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu struktur cukup diskriminatif.
   3) Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE yang diharapkan > 0.5.
   4) Composite Reliability. Data yang memiliki Composite Reliability > 0.7 memiliki reliabilitas yang tinggi.

2. Metode Analisis Inner Model

   Tujuan dari analisis inner model, juga dikenal sebagai analisis model struktural, adalah untuk menjamin kebenaran dan kekuatan struktur yang dibangun. Menurut Musyaffi et al. (2022) Peringkat model internal dapat dilihat dari beberapa indikator, antara lain:

1) R Square (R^2). Digunakan untuk menilai sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel *dependen. Nilai R Square sebesar 0,67 menunjukkan kuat, nilai R Square sebesar 0,33 menunjukkan kekuatan sedang, dan nilai R Square sebesar 0,19 menunjukkan kekuatan lemah.*
2) *Q Square. Menggunakan metode Blindfolding, Q Square dilakukan untuk menilai akurasi prediksi. Nilai Q Square dapat digolongkan kecil yaitu 0,02, sedang yaitu 0,15, atau besar yaitu 0,35.*

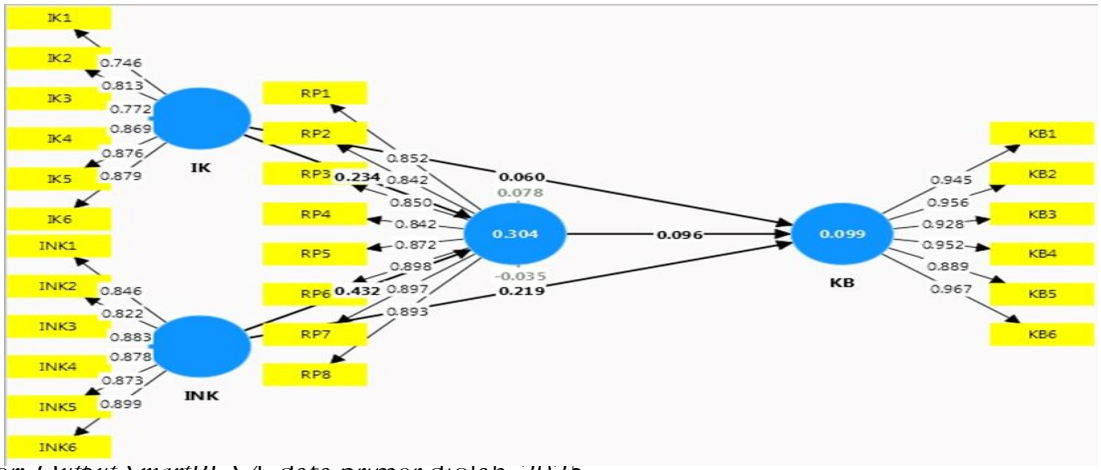
3. Metode Pengujian Hipotesis

Langkah berikutnya merupakan menguji hipotesis setelah mengevaluasi inner model serta outer model dengan bermacam metode. Untuk menerangkan arah ikatan antara variabel digunakan pengujian hipotesis. Tingkatan signifikansi bisa digunakan secara statistik untuk memastikan apakah hipotesis diterima ataupun ditolak. Dalam riset ini, taraf signifikansinya adalah 5% atau 0,05. Kriteria berikut digunakan untuk membuat keputusan:

1) *P-value < 0,05 : H0 ditolak maka Ha diterima*
2) *P-value ≥ 0,05 : H0 diterima maka Ha ditolak*

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis



Sumber: *Output SmartPLS* 4, data primer diolah, 2025

Gambar IV.1 Hasil *Output Calculate Algorithm*

1. Hasil Analisis Outer Model

Menurut Musyaffi et al. (2022) pemeriksaan outer model adalah sebagai berikut:

1) *Convergen Validity.*

Nilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator-indikator. Pengujian ini dilakukan dengan konstruknya. Nilai loading factor di atas 0,7 dapat dikatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk (Yamin & Kurniawan, 2011; Joseph F. Hair et al., 2012; Afthanorhan & Asyraf, 2013; Wong, 2013; Ringle et al., 2015).

Dapat diketahui dari tabel IV.5 bahwa seluruh item memiliki indikator valid untuk digunakan dalam model penelitian.

Tabel 1.
Hasil Uji* Loading Factor *dengan SmartPLS

Variabel	IK	INK	KB	RP
IK1	0.746			
IK2	0.813			
IK3	0.772			
IK4	0.869			
IK5	0.876			
IK6	0.879			
INK1		0.846		
INK2		0.822		
INK3		0.883		
INK4		0.878		

INK5	0.873		
INK6	0.899		
KB1		0.945	
KB2		0.956	
KB3		0.928	
KB4		0.952	
KB5		0.889	
KB6		0.967	
RP1			0.852
RP2			0.842
RP3			0.850
RP4			0.842
RP5			0.872
RP6			0.898
RP7			0.897
RP8			0.893

Sumber: Data primer diolah, 2025.

2) Uji *Internal Consistency Reabilityv*

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* (CR) dengan batas ambang di atas 0,7 (Joseph F. Hair et al., 2012; Afthanorhan & Asyraf, 2013; Ringle et al., 2015).

Tabel 2 Hasil Uji* Composite Reability *dengan Smartpls

Variabel	Composite reliability
IK	0.928
INK	0.948
KB	0.978
RP	0.961

Sumber: Data primer diolah, 2025

Dapat diketahui dari tabel IV.6 bahwa seluruh nilai CR di atas 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel memenuhi syarat untuk digunakan dan tidak ada masalah dalam uji *composite reability*

3) Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE). Nilai tersebut menggambarkan besaran varian atau keragaman variabel manifes (indikator) yang dapat dikandung oleh variabel laten (konstruk). Nilai AVE minimal 0,5 menunjukan ukuran *convergent validity* yang baik (Yamin & Kurniawan, 2011; Joseph F. Hair et al., 2012; Afthanorhan & Asyraf, 2013; Wong, 2013; Ringle et al., 2015). Artinya variabel laten (konstruk) dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah variance dari indikator-indikatornya.

Tabel 3 Hasil Uji* Average Variance Extracted *(AVE) dengan Smartpls

Variabel	Average variance extracted (AVE)
IK	0.685
INK	0.752
KB	0.883
RP	0.754

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Dapat diketahui dari tabel IV.7 bahwa seluruh nilai AVE memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel memenuhi syarat untuk digunakan dan tidak ada masalah dalam uji AVE.

2. Hasil Analisis Inner Model

Analisis inner model dilakukan melalui dua tahap pengujian, yaitu *Coefficient of Determination* (R^2) dan *Predictive Relevance* (Q^2)

1) *Coefficient of Determination* (R^2). Pengujian ini dilakukan untuk menjelaskan varian dari tiap target *endogenous* variabel (variabel yang dianggap dipengaruhi oleh variabel lain dalam model) dengan standar pengukuran sekitar 0,670 sebagai kuat, sekitar 0,333 moderat, dan 0,190 atau di bawahnya menunjukan tingkat varian yang lemah (Hair et al., 2012; Afthanorhan, 2013; Wong, 2013, Ringle, 2015).

Tabel 4. Hasil Uji Coefficient of Determination *dengan SmartPLS*

Variabel	R-square
KB	0.099
RP	0.304

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Dapat diketahui dari tabel IV.9 bahwa nilai R^2 variabel KB (Keputusan Berinvestasi) adalah 0,099 (9,9%) dan nilai R^2 variabel RP (Reputasi Perusahaan) adalah 0,304 (30,4%). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa kemampuan variabel mediasi menjelaskan variabel dependen KB (Keputusan Berinvestasi) adalah 9,9% yang berarti lemah dalam menjelaskan variabel dependennya. Sementara, kemampuan variabel dependen menjelaskan variabel mediasi RP (Reputasi Perusahaan) adalah 30,4% yang berarti moderat dalam menjelaskan variabel mediasinya.

2) *Predictive Relevance* (Q^2). Perngujian ini dilakukan dengan metode *blindfolding* untuk memberikan bukti bahwa variabel tertentu yang digunakan dalam model mempunyai keterkaitan prediktif (*predictive relevance*) dengan variabel lainnya dalam model dengan ambang batas pengukuran di atas nol.

Tabel 5. Hasil Uji predictive relevance *dengan SmartPLS*

Variabel	Q^2predict
KB	0.063
RP	0.268

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Dapat diketahui dari tabel IV.10 bahwa Q^2 dari semua variabel memiliki keterkaitan prediksi, yaitu nilai Q^2 dari variabel KB adalah 0,063 dan Q^2 dari variabel RP adalah 0,268.

3. Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan proses *bootstrapping*. Dari hasil *bootstrapping* akan diperoleh nilai T-*Statistic* dan P-*Value*. Berikut ini hasil uji hipotesis menggunakan *bootstrapping*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 6. Hubungan Pengaruh Langsung

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	Keterangan
IK -> RP	0.234	0.240	0.078	3.015	0.003	Diterima
IK -> KB	0.060	0.063	0.082	0.733	0.464	Ditolak
INK -> RP	0.432	0.433	0.071	6.090	0.000	Diterima
INK -> KB	0.219	0.224	0.081	2.715	0.007	Diterima
RP -> KB	0.096	0.096	0.081	1.185	0.236	Ditolak

Sumber: Data primer diolah, 2025.

a. H_1 = Informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan
Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 diatas diketahui bahwa informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 3,015 > 1,96. Selain itu juga nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,003 < 0,05 sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, semakin tinggi pengaruh informasi keuangan maka semakin signifikan dampaknya terhadap reputasi perusahaan. Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi terbukti.

b. H_2 = Informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi.

Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 diatas diketahui bahwa informasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 0,733 < 1,96. Selain itu, nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,464 > 0,05 sehingga Ha ditolak dan Ho diterima. Artinya, hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu informasi keuangan berpengaruh positif dan signifkan terhadap keputusan berinvestasi tidak terbukti.

c. H_3 = Informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan
Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 di atas diketahui bahwa informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 6,090 > 1,96. Selain itu juga nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,000 < 0,05 sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, semakin tinggi pengaruh informasi nonkeuangan maka semakin signifikan dampaknya terhadap reputasi perusahaan. Hipotesis ketiga pada penelitian ini yaitu informasi nonkeungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan terbukti.

d. H_4 = Informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi
Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 di atas diketahui bahwa informasi nonkeuangan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 2,715 > 1,96. Selain itu, nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,007 < 0,05 sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, semakin tinggi pengaruh informasi nonkeuangan maka semakin signifikan dampaknya terhadap keputusan berinvestasi. Hipotesis keempat pada penelitian ini yaitu informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi terbukti

e. H_5 = Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi
Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 di atas diketahui bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 1,185 < 1,96. Selain itu, nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,236 > 0,05 sehingga Ha ditolak dan Ho diterima. Artinya, Hipotesis kelima pada penelitian ini yaitu reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi tidak terbukti

Tabel 7. Efek Mediasi

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	Keterangan
RP x IK -> KB	0.078	0.070	0.067	1.180	0.238	Ditolak
RP x INK -> KB	-0.035	-0.028	0.055	0.637	0.524	Ditolak

Sumber: Data primer diolah, 2025.

a. H_1 = Informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan
Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 diatas diketahui bahwa informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 3,015 > 1,96. Selain itu juga nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,003 < 0,05 sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, semakin tinggi pengaruh informasi keuangan maka semakin signifikan dampaknya terhadap reputasi perusahaan. Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi terbukti.

b. H_2 = Informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi.
Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 diatas diketahui bahwa informasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 0,733 < 1,96. Selain itu, nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,464 > 0,05 sehingga Ha ditolak dan Ho diterima. Artinya, hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu informasi keuangan berpengaruh positif dan signifkan terhadap keputusan berinvestasi tidak terbukti.

c. H_3 = Informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan
Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 di atas diketahui bahwa informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 6,090 > 1,96. Selain itu juga nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,000 < 0,05 sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, semakin tinggi pengaruh informasi nonkeuangan maka semakin signifikan dampaknya terhadap reputasi perusahaan. Hipotesis ketiga pada penelitian ini yaitu informasi nonkeungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan terbukti.

d. H_4 = Informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi
Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 di atas diketahui bahwa informasi nonkeuangan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 2,715 > 1,96. Selain itu, nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,007 < 0,05 sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, semakin tinggi pengaruh informasi nonkeuangan maka semakin signifikan dampaknya terhadap keputusan berinvestasi. Hipotesis keempat pada penelitian ini yaitu informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi terbukti

e. H_5 = Reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi
Berdasarkan pada data yang ditunjukkan oleh tabel IV.11 di atas diketahui bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 1,185 < 1,96. Selain itu, nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,236 > 0,05 sehingga Ha ditolak dan Ho diterima. Artinya, Hipotesis kelima pada penelitian ini yaitu reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi tidak terbukti

Tabel 8. Efek Mediasi

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	Keterangan
RP x IK -> KB	0.078	0.070	0.067	1.180	0.238	Ditolak
RP x INK -> KB	-0.035	-0.028	0.055	0.637	0.524	Ditolak

Sumber: Data primer diolah, 2025.

a. H_6 = Reputasi perusahaan memediasi hubungan antara informasi keuangan terhadap keputusan berinvestasi
Berdasarkan pada tabel IV.12 di atas dapat diketahui bahwa reputasi perusahaan tidak memediasi hubungan antara informasi keuangan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 1,180 < 1,96. Selain itu, nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,238 > 0,05 sehingga Ha ditolak dan Ho diterima. Artinya, tingkat reputasi perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan tidak memediasi hubungan antara informasi keuangan terhadap keputusan berinvestasi. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga pada penelitian ini yaitu reputasi perusahaan memediasi hubungan antara informasi keuangan terhadap keputusan berinvestasi tidak terbukti.

b. H_7 = Reputasi perusahaan memediasi hubungan antara informasi nonkeuangan terhadap keputusan berinvestasi.
Berdasarkan pada tabel IV.12 di atas dapat diketahui bahwa reputasi perusahaan tidak memediasi hubungan antara informasi nonkeuangan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dapat dilihat melalui nilai T-*Statistic* yang memiliki nilai 0,637 < 1,96. Selain itu, nilai pada P-*Value* menunjukkan 0,524 > 0.05 sehingga Ha ditolak dan Ho diterima. Artinya, tingkat reputasi perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan tidak memediasi hubungan antara informasi nonkeuangan terhadap keputusan berinvestasi. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat pada penelitian ini yaitu reputasi perusahaan memediasi hubungan informasi nonkeuangan terhadap keputusan berinvestasi tidak terbukti.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Informasi Keuangan terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan pada olah data menggunakan Smart-PLS 4 dan uji hipotesis menggunakan metode bootstrapping dapat diketahui bahwa variabel Informasi Keuangan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan (Z). Sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi keuangan berpengaruh secara positif terhadap reputasi perusahaan. Artinya, semakin tinggi pengaruh informasi keuangan maka semakin signifikan dampaknya terhadap reputasi perusahaan.

2. Pengaruh Informasi Nonkeuangan terhadap Reputasi Perusahaan
   Berdasarkan pada olah data menggunakan Smart-PLS 4 dan uji hipotesis menggunakan metode bootstrapping dapat diketahui bahwa variabel Informasi Nonkeuangan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan (Z). Sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi nonkeungan berpengaruh secara positif terhadap reputasi perusahaan. Artinya, semakin tinggi pengaruh efek informasi nonkeuangan maka semakin signifikan dampaknya terhadap reputasi perusahaan.
3. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Berinvestasi.
   Berdasarkan pada olah data menggunakan Smart-PLS 4 dan uji hipotesis menggunakan metode bootstrapping dapat diketahui bahwa variabel reputasi perusahaan (Z) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Artinya para investor yang melakukan pengambilan keputusan berinvestasi tidak hanya didasarkan pada reputasi perusahaan.
4. Pengaruh Informasi Keuangan terhadap Keputusan Berinvestasi.
   Berdasarkan pada olah data menggunakan Smart-PLS 4 dan uji hipotesis menggunakan metode bootstrapping dapat diketahui bahwa variabel informasi keuangan (X1) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi pada investor gen z di Medan. Artinya para investor yang melakukan pengambilan keputusan investasi tidak hanya didasari pada informasi keuangan perusahaan.
5. Pengaruh Informasi Nonkeuangan terhadap Keputusan Berinvestasi.
   Berdasarkan pada olah data menggunakan Smart-PLS 4ndan uji hipotesis menggunakan metode binootstrappg dapat diketahui bahwa variabel informasi nonkeuangan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berinvestasi (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi nonkeuangan berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi. Artinya semakin tinggi pengaruh informasi nonkeuangan maka semakin signifikan dampaknya terhadap keputusan berinvestasi.
6. Reputasi Perusahaan Tidak Memediasi Hubungan Antara Informasi Keuangan terhadap Keputusan Berinvestasi.
   Berdasarkan pada olah data menggunakan Smart-PLS 4 dan uji hipotesis menggunakan metode bootstrapping dapat diketahui bahwa variabel reputasi perusahaan (Z) tidak memediasi pengaruh informasi keuangan (X1) terhadap keputusan berinvestasi (Y). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan tidak memediasi pengaruh informasi keuangan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dikarenakan hubungan antara informasi keuangan dan keputusan berinvestasi tidak berpengaruh secara signifikan, sehingga reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi tidak bisa dibuktikan secara statistik.
7. Reputasi Perusahaan Tidak Memediasi Hubungan Antara Informasi Nonkeuangan terhadap Keputusan Berinvestasi.
   Berdasarkan pada olah data menggunakan Smart-PLS 4 dan uji hipotesis menggunakan metode bootstrapping dapat diketahui bahwa variabel reputasi perusahaan (Z) tidak memediasi pengaruh informasi nonkeuangan (X2) terhadap keputusan berinvestasi (Y). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan tidak memediasi pengaruh informasi nonkeuangan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini dikarenakan hubungan antara informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Maka dari itu, investor lebih melibatkan informasi nonkeuangan secara langsung dalam pengambilan keputusan berinvestasi tanpa melibatkan reputasi perusahaan sebagai perantaranya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan proses olah data mengenai pengaruh informasi keuangan dan informasi nonkeuangan terhadap keputusan berinvestasi yang di mediasi oleh reputasi perusahaan pada investor gen Z di Medan, peneliti memperoleh hasil analisis dan pembahasan yang disimpulkan sebagai berikut:

1. Informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan pada investor Gen Z di Medan.
2. Informasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi pada investor Gen Z di Medan.
3. Informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan pada investor Gen Z di Medan.
4. Informasi nonkeuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi pada investor Gen Z di Medan.
5. Reputasi perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi pada investor Gen Z di Medan.
6. Reputasi perusahaan tidak memediasi hubungan antara informasi keuangan terhadap keputusan berinvestasi.
7. Reputasi perusahaan tidak memediasi hubungan antara informasi nonkeuangan terhadap keputusan berinvestasi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam penyusunan dan penyelesaian penelitian ini. Secara khusus, penulis menyampaikan apresiasi kepada pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Harapan Medan atas fasilitas dan dukungan akademik yang diberikan.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing atas arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penelitian ini berlangsung. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

REFERENCES

Abreu, M. 2019. How biased is the behavior of the individual investor in warrants?. *Research in International Business and Finance*. Vol. 47 No. 4, pp. 139-149.

Afifah, N., Astuti, S. W. W., Irawan, D. 2021. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 346 – 364.

Afthanorhan, B. W., & Asyraf, W. M. 2013. A comparison of partial least square structural equation modeling (PLS-SEM) and covariance based structural equation modeling (CB-SEM) for confirmatory factor analysis. *International Journal of Engineering Science and Innovative Technology* (IJESIT), 2(5), 198–205.

Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. 2006. Corporate Reputation: The Definitional Landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38.

Bellofatto, A., D'Hondt, C. and De Winne, R. 2018. Subjective financial literacy and retail investors' behavior. *Journal of Banking and Finance*, Vol. 92, pp. 168-181.

Bi, S., Liu, Z. and Usman, K. 2017. The influence of online information on investing decisions of reward-based crowd funding. *Journal of Business Research*, Vol. 71 No. 2, pp. 10-18.

Blankespoor, E., Dehaan, E., Wertz, J. and Zhu, C. 2019. Why do individual investors disregard accounting information? The roles of information awareness and acquisition costs. *Journal of Accounting Research*, Vol. 57 No. 1, pp. 53-84.

Bodie, Kane, & Marcus. 2014. Investment. Tenth Edition. New York: McGraw- Hill Education.

Bose, S., Saha, A., Khan, H.Z. and Islam, S. 2017. Non-financial disclosure and market-based firm performance: the initiation of financial inclusion. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, Vol. 13 No. 3, pp. 263-281.

Drake, M.S., Roulstone, D.T. and Thornock, J.R. 2016. The usefulness of historical accounting reports. *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 61 Nos 2-3, pp. 448-464.
Dudney, D., M., Jirasakuldech, B., Zorn, T., dan Emekter, R.. 2015. Do residual earning price ratios explain cross-sectional variations in stock returns?. *Managerial Finance*, 41(7), 692-713.
Eccles, Robert G., & Michael P. Krzus. 2010. One Report: Integrated Reporting for a Sustainable Strategy. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
Emett, S.A. 2018. Investor reaction to disclosure of past performance and future plans. *The Accounting Review*, Vol. 94 No. 5, pp. 165-188.
Farid dan Siswanto. 2011. Analisa Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara Fombrun,
Fornell, C., & Larcker, D. 2020. Customer Satisfaction, Expectations, and the Role of Management. *Journal of Marketing*, 84(3), 1–15.
Foster, George. 1986. Financial Statement Analysis, Second Edition, Singapore: Prentice-hall.
Fridana, I. O., Asandimitra, N. 2020. Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Investasi (Studi Pada Mahasiswi Di Surabaya). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 396. https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8729
Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. 2015. ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance and Investment,* 5(4). https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917
Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. 2020. Essentials of Business Research Methods. New York: Taylor & Francis Group.
Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2011. PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202
Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. 2012. An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414–433.
Haller, Axel et al. 2017. The Term ' Non-Financial Information ' – A Semantic Analysis of a Key Feature of Current and Future Corporate Reporting The Term ' Non-Financial Information ' –A Semantic Analysis of a Key Feature of Current and Future Corporate Reporting. Accounting in Europe.
Haritha, P. H., dan Uchil, R.. 2019. Influence of investor sentiment and its antecedent on investment decision-making using partial least square technique. *Management Research Review*, DOI 10.1108/MRR-06-2019- 0254
Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. 2009. The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in Internasional Marketing*, 20, 277–319. https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014
Hillenbrand, C., Saraeva, A., Money, K. and Brooks, C. 2019. To invest or not to invest?: the roles of product information, attitudes towards finance and life variables in retail investor propensity to engage with financial products. *British Journal of Management*, doi: 10.1111/1467-8551.12348.
Ismail Nurdin, dan Hartati, Sri. 2019. Metodologi Penelitian sosial. Surabaya : Media Sahabat Cendikia.
Jackman, M., Craigwell, R., Moore, W.. 2009. Economic volatility and remittances: evidence from SIDS. *Journal of Economic Studies*, 36(2), 135- 146.
Jao, R., Hamzah, D., Laba, A. R., & Mediaty. 2020. Financial Performance, Reputation, and Firm Value: Empirical Evidence of Non-financial Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 10(1), 117–124. https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v10-i1/7007
Lo, K.Y. and Kwan, C.L. 2017. The effect of environmental, social, governance and sustainability initiatives on stock value–Examining market response to initiatives undertaken by listed companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 24 No. 6, pp. 606-619.
Malik, M.S. and Kanwal, L. 2018. Impact of corporate social responsibility disclosure on finansial performance: case study of listed pharmaceutical firms of Pakistan. *Journal of Business Ethics*, Vol. 150 No. 1, pp. 69-78.

Montier, J. 2007. Behavioral Investing: A Practitioner's Guide to Applying Behavioral Finance. John Wiley & Sons.

Musyaffi, A. M., Khaerunnisa, H., & Respati, D. K. 2022. Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS. Pascal Books.

Naveed, M., Ali, S., Iqbal, K., dan Sohail, M. K.. 2020. Role of finansial and non- finansial informasion in determining individual investor investment decision: a signaling perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(2), 261- 278.

Naveed, M., Zahid, S. and Bashir, T. 2019 How corporate environmental ethics (non-finansial information) influence individual investor's trading behavior? Mediating role of corporate reputation and corporate social responsibility belief. *Journal of Managerial Sciences*, Vol. X111 No. 2, pp. 266-277.

Nugroho, A. 2022, 20 Desember. 75 Persen Generasi Muda Mulai Berinvestasi. Diakses pada 19 Juni 2024. Dari https://ugm.ac.id/id/berita/23303-75-persen- generasi-muda-mulai-berinvestasi/

Puspadini, M. 2023, 10 Agustus. Investor Gen-Z Dominasi Pasar Modal, KomposisiNyaris 60%. Diakses pada 19 Juni 2024. Dari https://www.cnbcindonesia.com/market/20230810163535-17- 461956/investor-gen-z-dominasi-pasar-modal-komposisi-nyaris-60

Rahmiati, dan Huda, P., N.. 2015. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kesempatan Investasi, dan Profitabilitas terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 4(2).

Randi. 2018 .Teori Penelitian Terdahulu. Jakarta: Erlangga.

Rasid, Nur, M., I., dan Hafizi, R., M.. 2021. Pengaruh Laporan Keuangan terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah FEBI IAIN Palangka Raya. *Jurnal Penilitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4(1), 17- 36.

Subiyakto, A., Ahlan, A. R., Putra, S. J., & Kartiwi, M. (2015). Validation of Information System Project Success Model. SAGE Open, 5(2), 1-14. doi: https://doi.org/10.1177/2158244015581650

Tauni, M.Z., Fang, H.X. and Iqbal, A. 2017. The role of financial advice and word- of-mouth communication on the association between investor personality and stock trading behavior: evidence from Chinese stock market. *Personality and Individual Differences*, Vol. 108 No. 4, pp. 55-65.

Urbach, N., & Ahlemann, F. 2010. ***Structural Equation Modeling in Information Systems Research Using Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Information Systems Research Using Partial Least Squares. *Journal of Cleaner Productionurnal of Information Technology Theory and Application*, 11(2), 5–40. https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.4.710

Valentina, Novia, dan Pamungkas, Ary, S. 2022. Pengaruh Financial Literacy, Herding Behavior dan Overconfidence terhadap Investment Decision. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(4), 844-851.

Wong, K. K. K. 2013. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32. https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128

Yamin, S., & Kurniawan, H. 2011. Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling : Aplikasi dengan software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS. Edisi 1. Jakarta: Salemaba Infotek.

Yousaf, I., Ali, S. and Hasan, A. 2019b. Effect of family control on corporate financing decisions of firms: evidence from Pakistan. *Estudios de Economia Aplicada*, Vol. 37 No. 3, pp. 155-170.

Yousaf, I., Ali, S. and Hassan, A. 2019. Effect of family control on corporate dividend policy of firms in Pakistan. *Financial Innovation*, Vol. 5 No. 1, p. 42.

Yousaf, I., Ali, S. and Shah, S.Z.A. 2018. Herding behavior in Ramadan and financial crises: the case of the Pakistani stock market. *Financial Innovation*, Vol. 4 No. 1, p. 16.

Zekri, M., M., dan Razali, M., N.. 2019. Volatility dynamics of Malaysian listed property companies within the Asian public property markets by using a switching regime approach. *Journal of Finansial Management of Property Construction*, 25(1), 5-39.