

SKRIPSI

**LITERASI KEUANGAN DAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA.**



DISUSUN OLEH:

NAMA: BRIGITTA ALECIA

NPM: 115210098

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT- SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2024



UNTAR
FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS

FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Brigitta Alecia
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210098
Program Studi : SI Manajemen Bisnis
Alamat : Jln. Raya Bogor No.33, Jakarta Timur
Telp: (021) 8094210
HP: 081321684808

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 22 November 2024



Brigitta Alecia

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : BRIGITTA ALECIA
NIM : 115210098
PROGRAM/ JURUSAN : S1/ MANAJEMEN BISNIS
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN
JUDUL SKRIPSI : LITERASI KEUANGAN DAN SOSIAL
MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN
INVESTASI MAHASISWA

Jakarta, 22 November 2024

Pembimbing,



(Dr. Nuryasman MN S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : BRIGITTA ALECIA
NIM : 115210098
PROGRAM/ JURUSAN : S1/ MANAJEMEN BISNIS
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN
JUDUL SKRIPSI : LITERASI KEUANGAN DAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI
MAHASISWA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 18 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Drs. I Gede Putra M.M
2. Anggota Penguji : Richard Andrew S.E., M.M.

Jakarta, 19 Desember 2024
Pembimbing,



(Dr. Nuryasman MN S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

(A) BRIGITTA ALECIA (115210098)

(B) *FINANCIAL LITERACY AND SOCIAL MEDIA ON STUDENT
INVESTMENT DECISIONS*

(C) xv + 71 Pages + 21 Tables + 15 Pictures + 13 Attachments

(D) *FINANCIAL MANAGEMENT*

(E) *Abstract: This study analyzes the influence of financial literacy and social media usage on investment decisions among students in DKI Jakarta. In the digital era, young generations have broad access to financial information and investment platforms but often face challenges in making informed decisions. The study employs a quantitative approach with data from 283 respondents who are active investors, analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that financial literacy significantly affects investment decisions, where understanding basic financial concepts, risk, and portfolio diversification enables students to make more strategic choices. Additionally, social media plays a crucial role in providing real-time information and shaping students' perceptions of investments. The combination of both enhances students' participation in smarter and more responsible investing. This research highlights the importance of financial literacy education and the wise use of social media to support the investment decision-making process among the younger generation.*

Keywords: Financial Literacy, Social Media, Investment Decision

(F) *Reference list: 58 (2010 - 2024)*

(G) Dr. Nuryasman MN S.E., M.M.

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

(A) BRIGITTA ALECIA (115210098)

(B) LITERASI KEUANGAN DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA

(C) xv + 71 Halaman + 21 Tabel + 15 Gambar + 13 Lampiran

(D) MANAJEMEN KEUANGAN

(E) Abstrak: Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan media sosial terhadap keputusan investasi mahasiswa di DKI Jakarta. Dalam era digital, generasi muda memiliki akses luas terhadap informasi keuangan dan platform investasi, namun sering menghadapi tantangan dalam mengambil keputusan yang cerdas. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data dari 283 responden mahasiswa yang aktif berinvestasi, dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan secara signifikan memengaruhi keputusan investasi, di mana pemahaman terhadap konsep keuangan dasar, risiko, dan diversifikasi portofolio memungkinkan mahasiswa membuat keputusan yang lebih strategis. Selain itu, media sosial berperan penting dalam menyediakan informasi *real-time* dan membentuk persepsi mahasiswa terhadap investasi. Kombinasi keduanya meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam investasi yang lebih cerdas dan bertanggung jawab. Penelitian ini menyoroti pentingnya edukasi literasi keuangan dan penggunaan media sosial secara bijak untuk mendukung pengambilan keputusan investasi generasi muda.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Sosial Media, Keputusan Investasi

(F) Daftar Pustaka: 58 (2010 - 2024)

(G) Dr. Nuryasman MN S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

“Namun Yesus memandang mereka dan berkata, Bagi manusia ini mustahil; tetapi bagi Tuhan, segala sesuatu mungkin terjadi.”

-Matius 19:26

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan
Kepada kedua orang tua saya,
dosen pembimbing saya,
teman-teman saya,
dan semua orang – orang yang saya kasihi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, yang telah memberikan kekuatan dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan banyak pihak, untuk itu saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah berkontribusi dalam proses penulisan ini:

1. Bapak Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pemikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, dan nasihat yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, yang telah memberikan dukungan moral dan akademik selama proses ini.
3. Bapak Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, atas segala dukungannya.
4. Para dosen dan asisten dosen yang telah mengajar, membimbing, serta memberikan pengetahuan yang berguna selama masa perkuliahan.
5. Keluarga tercinta papa, mama, dan saudara kandung, yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, dan semangat yang tiada henti selama ini.
6. Teman-teman saya, yaitu Jonathan Putra, Margaretha katlisa, Evelyn Aurelia, Stephen, Jose Virgiano, Chiara Rizka dan Jose Almeyda yang telah berjuang bersama dan selalu memberikan semangat, motivasi, serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan dengan rendah hati mengharapkan kritik serta saran yang membangun untuk perbaikan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, informasi, dan inspirasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 22 November 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Brigitta Alecia

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. PERMASALAHAN	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	9
3. Batasan Masalah	10
4. Rumusan Masalah	12
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1. Tujuan	13
2. Manfaat	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Gambaran Umum Teori	15
B. Definisi Konseptual Variabel	17
1. Literasi Keuangan	17
2. Sosial Media	17
3. Keputusan Investasi	18
C. Kaitan Antara Variabel – Variabel	18
1. Kaitan antara Variabel Literasi Keuangan dengan Keputusan Investasi	18
2. Kaitan antara Variabel Sosial Media dengan Keputusan Investasi	19
D. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	20
1. Kerangka Pemikiran	20
2. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Desain Penelitian	23
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	24
1. Populasi	24
2. Teknik Pemilihan Sampel	24

3. Ukuran Sampel	24
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	25
1. Literasi Keuangan	26
2. Sosial Media	27
3. Keputusan Investasi	28
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	30
1. Validitas	30
2. Reliabilitas	32
E. Analisis Data.....	33
1. Koefisien Determinasi (<i>R – square</i>)	34
2. Predictive Relevance (<i>Q – square</i>)	34
3. <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	34
4. <i>Path Coefficients</i>	35
5. <i>Effect Size</i>	36
6. Uji Hipotesis	36
F. Asumsi Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Subjek Penelitian	38
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan Setiap Bulan	40
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	41
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pasar Modal.....	43
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Investasi yang Digunakan.....	44
B. Deskripsi Obyek Penelitian	45
1. Literasi Keuangan	45
2. Sosial Media	47
3. Keputusan Investasi	49
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	51
D. Hasil Analisis Data.....	52
1. Koefisien Determinasi (<i>R – square</i>)	57

2. <i>Predictive Relevance (Q – square)</i>	58
3. <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	59
4. <i>Effect Size (f²)</i>	60
5. Hasil Pengujian Hipotesis	61
E. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Keterbatasan dan Saran.....	69
1. Keterbatasan.....	69
2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Definisi Konseptual Literasi Keuangan.....	17
Tabel 2. 2	Definisi Konseptual Sosial Media	17
Tabel 2. 3	Definisi Konseptual Keputusan Investasi.....	18
Tabel 3. 1	Skala Likert	26
Tabel 3. 2	Operasionalisasi Variabel Literasi Keuangan	27
Tabel 3. 3	Operasionalisasi Variabel Sosial Media	28
Tabel 3. 4	Operasionalisasi Variabel Keputusan Investasi	29
Tabel 4. 1	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Literasi Keuangan	46
Tabel 4. 2	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Sosial Media.....	47
Tabel 4. 3	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Investasi	50
Tabel 4. 4	Hasil Uji Multikolinearitas (VIF).....	52
Tabel 4. 5	Cross Loading.....	54
Tabel 4. 6	Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	55
Tabel 4. 7	Hasil Analisis Uji Validitas.....	55
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 9	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R - Square</i>).....	58
Tabel 4. 10	Hasil Uji <i>Q - Square</i>	59
Tabel 4. 11	Hasil Analisis <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	59
Tabel 4. 12	Hasil Uji <i>Effect Size</i> (<i>f2</i>)	61
Tabel 4. 13	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	61
Tabel 4. 14	Hasil Uji Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jurnal Investor Pasar Modal	1
Gambar 1. 2 Demografi Total SID Berdasarkan Provinsi	2
Gambar 1. 3 Usia Investor.....	3
Gambar 1. 4 Komposisi Minat Masyarakat.....	4
Gambar 2. 1 Kaitan antara Variabel Literasi Keuangan dengan Keputusan Investasi	19
Gambar 2. 2 Kaitan antara Variabel Sosial Media dengan Keputusan Investasi..	20
Gambar 2. 3 Diagram Alur Kerangka Penelitian	21
Gambar 2. 4 Model Penelitian.....	22
Gambar 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	38
Gambar 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pemasukan Setiap Bulan	40
Gambar 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas	41
Gambar 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pasar Modal	43
Gambar 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Aplikasi Investasi yang Digunakan.....	44
Gambar 4. 7 Diagram <i>Outer Loadings</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2: Hasil Tanggapan Responden.....	83
Lampiran 3: Hasil Uji <i>Outer loadings</i>	90
Lampiran 4: Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	90
Lampiran 5: Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	90
Lampiran 6: Model Penelitian dengan PLS.....	91
Lampiran 7: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	92
Lampiran 8: Hasil Uji <i>Q-Square</i>	92
Lampiran 9: Hasil Uji <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	92
Lampiran 10: Hasil Uji <i>Effect Size</i>	92
Lampiran 11: Hasil Uji Hipotesis Dengan Metode <i>Bootstrapping</i>	92
Lampiran 12: Daftar Riwayat Hidup.....	93
Lampiran 13: Hasil Pemeriksaan Turnitin.....	94

BAB I

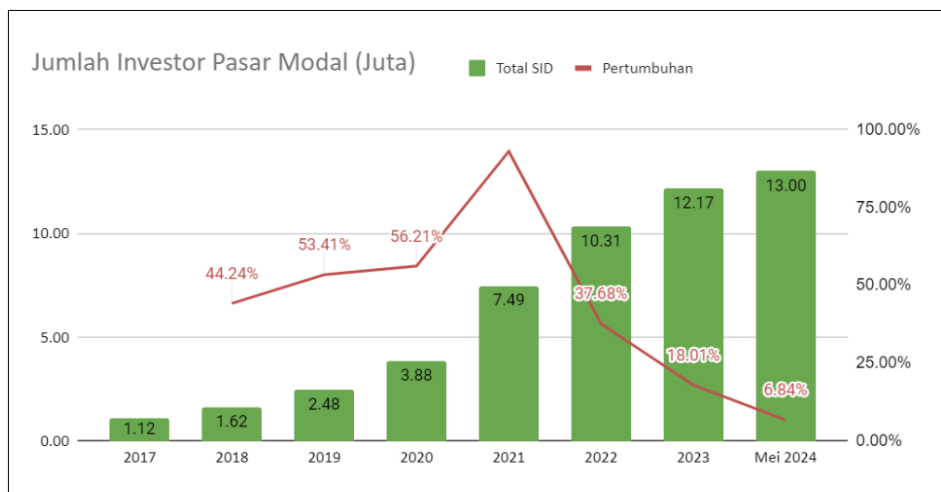
PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Dalam era digital yang semakin canggih, sebagai generasi muda memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi dan berbagai platform investasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya sosial media, telah mengubah cara individu berinteraksi dan berbagi informasi, termasuk dalam konteks investasi.

Namun, meskipun akses informasi semakin mudah, tetapi masih banyak generasi muda yang masih menghadapi tantangan dalam membuat keputusan investasi yang cerdas dan menguntungkan. Tidak sedikit pula banyak orang yang berpikiran bahwa investasi bisa membuat kekayaan secara instan dan berani mengambil risiko untuk melakukan investasi tanpa tahu investasi mana yang cocok dengan generasi muda.



Gambar 1. 1 Jumlah Investor Pasar Modal
Sumber: IDX, KSEI, diolah Bareksa (2024).

PT Bursa Efek Indonesia (BEI) telah mencatat bahwa jumlah investor pasar modal di Indonesia kini mencapai 13 juta *single investor identification* (SID). Dapat dilihat pada **Gambar 1.1** angka ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dengan penambahan lebih

dari 863 ribu SID baru, yang setara dengan sekitar 6,84% sepanjang tahun 2024. Pertumbuhan ini mencerminkan meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi di pasar modal, didorong oleh berbagai faktor, seperti peningkatan literasi keuangan, kemudahan akses informasi melalui platform digital, dan dorongan dari lembaga-lembaga keuangan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya investasi.

Hal ini menunjukkan potensi besar pasar modal Indonesia untuk berkembang lebih jauh dan menciptakan lapangan kerja serta peluang ekonomi bagi masyarakat.

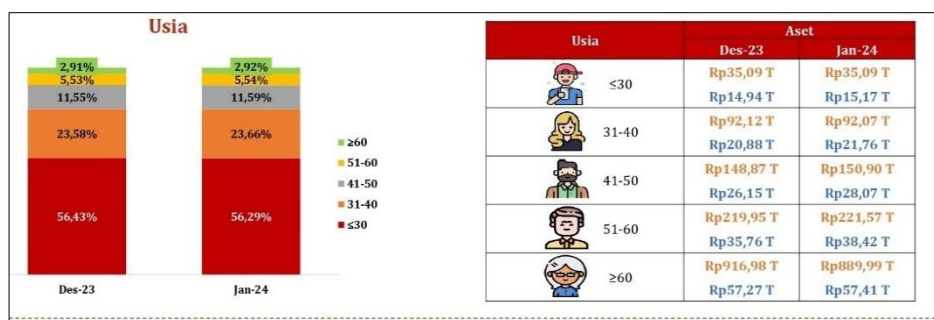
No	Provinsi/ Province	Type Investor/ Type of Investor										Total
		CP	FD	IB	ID	IS	MF	OT	PF	SC		
1	ACEH	21	3	2	143.574	-	-	7	2	-	143.609	
2	BALI	452	8	6	263.027	1	-	45	5	-	263.544	
3	BANTEN	1.587	39	12	774.993	3	2	139	10	6	776.791	
4	BENGKULU	18	-	-	64.612	-	-	8	1	-	64.639	
5	D.I. YOGYAKARTA	161	39	2	243.403	-	-	28	17	-	243.650	
6	DKI. JAKARTA	11.121	398	217	1.605.977	329	1.646	859	342	258	1.621.147	
7	GORONTALO	3	-	-	37.435	-	-	3	-	-	37.441	
8	JAMBI	71	1	3	125.056	-	-	3	1	-	125.135	
9	JAWA BARAT	2.068	133	30	2.831.401	2	4	276	48	6	2.833.968	
10	JAWA TENGAH	745	75	10	1.541.136	-	-	112	24	-	1.542.102	
11	JAWA TIMUR	2.405	117	27	1.698.358	7	2	330	35	3	1.701.284	
12	KALIMANTAN BARAT	125	19	4	180.180	-	-	27	2	-	180.357	
13	KALIMANTAN SELATAN	109	4	3	169.812	1	-	20	1	-	169.950	
14	KALIMANTAN TENGAH	27	5	3	104.099	1	-	4	1	-	104.140	
15	KALIMANTAN TIMUR	268	9	9	233.485	1	1	48	3	-	233.824	
16	KALIMANTAN UTARA	6	-	-	31.435	-	-	2	-	-	31.443	
17	KEPULAUAN BANGKA BELIT	39	1	1	59.544	-	-	1	-	-	59.586	
18	KEPULAUAN RIAU	378	7	-	130.315	-	-	14	-	-	130.714	
19	LAMPUNG	145	7	2	310.165	-	-	6	5	-	310.330	
20	MALUKU	29	-	2	48.440	-	-	6	1	-	48.478	
21	MALUKU UTARA	6	-	-	29.007	-	-	5	-	-	29.018	
22	NUSA TENGGARA BARAT	135	2	3	141.237	-	-	13	2	-	141.392	
23	NUSA TENGGARA TIMUR	69	7	5	91.228	1	-	15	3	-	91.328	
24	PAPUA	66	3	4	64.138	-	-	10	1	-	64.222	
25	PAPUA BARAT	23	-	-	30.305	-	-	3	-	-	30.331	
26	RIAU	142	9	4	234.931	1	-	18	1	-	235.106	
27	SULAWESI BARAT	13	-	-	27.833	-	-	-	-	-	27.846	
28	SULAWESI SELATAN	157	11	3	367.411	-	-	24	7	-	367.613	
29	SULAWESI TENGAH	31	3	4	98.521	-	-	8	1	-	98.568	
30	SULAWESI TENGGARA	50	-	1	77.168	-	-	1	2	-	77.222	
31	SULAWESI UTARA	72	5	2	102.855	-	-	16	1	-	102.951	
32	SUMATERA BARAT	55	8	2	183.998	-	-	10	6	-	184.079	
33	SUMATERA SELATAN	128	10	5	347.983	2	-	17	14	-	348.159	
34	SUMATERA UTARA	376	38	10	592.374	-	-	72	6	-	592.876	
Grand Total		21.101	961	376	12.985.436	349	1.655	2.150	542	273	13.012.843	

Gambar 1. 2 Demografi Total SID Berdasarkan Provinsi
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2024).

Menurut laporan statistik bulanan yang disusun oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada bulan Juni 2024 tercatat sekitar 1.621.147 total single investor identification (SID) di DKI Jakarta. Pada **Gambar 1.2** rincian tersebut meliputi 380.740 SID di Jakarta Barat, 215.372 SID di Jakarta Pusat, 348.000 SID di Jakarta Selatan, 409.755 SID di Jakarta Timur, dan 265.654 SID di Jakarta Utara.

Data ini menunjukkan bahwa Provinsi DKI Jakarta merupakan provinsi dengan jumlah SID terbanyak dibandingkan dengan provinsi lain

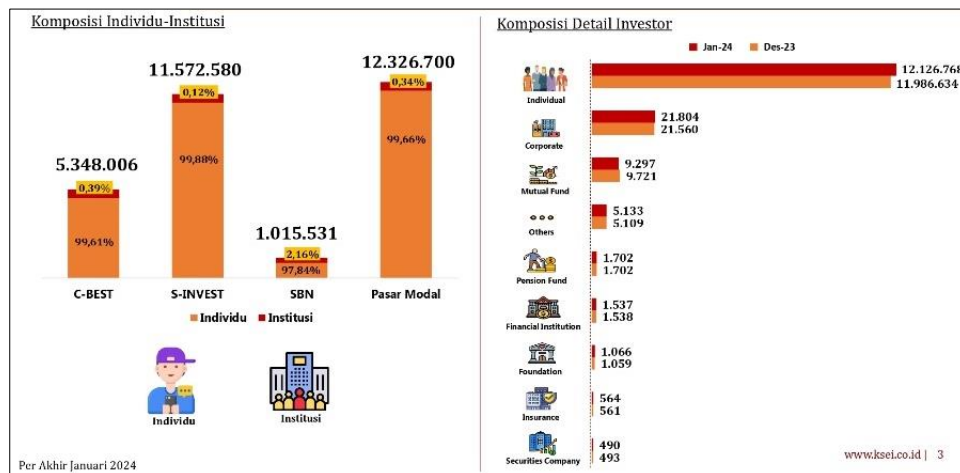
di Indonesia. Tingginya jumlah SID di Jakarta mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap investasi serta akses yang lebih baik terhadap informasi dan layanan keuangan. Selain itu, keberadaan berbagai institusi keuangan dan edukasi investasi yang intensif di wilayah ini turut berkontribusi pada pertumbuhan jumlah investor. Dengan potensi yang besar ini, DKI Jakarta diharapkan dapat menjadi pusat kegiatan investasi yang tidak hanya menguntungkan bagi investor, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi regional dan nasional.



Gambar 1.3 Usia Investor
Sumber: KSEI (2024).

Menurut data yang ada pada **Gambar 1.3** oleh KSEI per bulan Januari 2024, usia populasi yang melakukan investasi yaitu usia ≤ 30 tahun sebanyak 56,29%, usia 31 – 40 tahun sebanyak 22,66%, usia 41 – 50 tahun sebanyak 11,59%, usia 51 – 60 tahun sebanyak 5,54% dan usia ≥ 60 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak melakukan investasi adalah yang berusia ≤ 30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang aktif dalam melakukan investasi.

Namun, keputusan investasi yang diambil oleh generasi muda tidak hanya dipengaruhi oleh faktor usia, tetapi juga dipengaruhi oleh literasi keuangan, sosial media, dan kebijakan investasi yang juga merupakan pengaruh dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.



Gambar 1. 4 Komposisi Minat Masyarakat
Sumber: KSEI (2024).

Berdasarkan data **Gambar 1.4**, yang dirilis oleh KSEI (Komisi Sekuritas dan Penjaminan Investasi) pada Januari 2024, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah individu yang berinvestasi, terutama di pasar modal.

Peningkatan ini mencerminkan tren positif yang menunjukkan bahwa minat masyarakat, terutama generasi muda, terhadap investasi semakin berkembang. Banyak individu kini menyadari bahwa investasi bukan hanya sekadar pilihan, melainkan suatu langkah strategis untuk mengembangkan kekayaan dan meraih keberhasilan finansial di masa depan.

Generasi muda, dengan akses yang lebih mudah terhadap informasi dan teknologi, lebih proaktif dalam mencari peluang investasi yang menguntungkan. Dengan semakin banyak orang yang memilih untuk berinvestasi, terlihat jelas bahwa generasi muda berusaha untuk membangun masa depan yang lebih stabil dan sejahtera, serta memanfaatkan potensi pasar modal sebagai sarana untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

Generasi muda merupakan penerus masa depan yang memiliki potensi besar untuk memengaruhi perekonomian dan masyarakat. Dengan kemajuan teknologi yang pesat, akses terhadap informasi mengenai

investasi menjadi jauh lebih mudah. Sebagai generasi Z, sebagian besar waktu generasi muda dihabiskan untuk mengakses media sosial, yang menawarkan berbagai sumber informasi, termasuk tentang peluang investasi. Seharusnya, kondisi ini memudahkan generasi muda untuk mendapatkan pengetahuan yang diperlukan untuk berinvestasi dengan bijak. Meningkatnya ketertarikan gen Z untuk berinvestasi merupakan langkah positif; namun, tantangan muncul dengan maraknya praktik investasi bodong yang dapat merugikan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sejak tahun 2017 hingga Juli 2024, Satgas telah menghentikan sebanyak 1.459 entitas investasi ilegal. Situasi ini menunjukkan pentingnya kewaspadaan dan pemahaman yang mendalam tentang dunia investasi. Oleh karena itu, generasi muda perlu meningkatkan literasi keuangannya, agar dapat menyerap informasi secara kritis dan bijak dalam memilih sumber yang tepercaya. Dengan kemampuan untuk menganalisis dan memahami risiko serta peluang investasi, generasi muda tidak hanya dapat menghindari penipuan, tetapi juga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan stabil di masa depan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami dan mengelola informasi keuangan dengan baik. Menurut Safryani *et al.*, (2020), Literasi keuangan adalah Pengetahuan tentang keuangan meliputi aspek-aspek seperti pengelolaan keuangan, perencanaan finansial, pemahaman dalam penggunaan produk keuangan, serta cara mengatur keuangan pribadi secara menyeluruh ketika membuat keputusan investasi, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Inklusi Keuangan OJK dan survei nasional literasi pada tahun 2024, tingkat inklusi keuangan di Indonesia mencapai 75,02%, sementara tingkat literasi keuangan di masyarakat Indonesia hanya sebesar 65,43%.

Dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Kurniadi *et al.*, (2022), menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan investasi seseorang. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Sun dan Lestari (2022), menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

Selain itu, sosial media juga turut berperan penting dalam memengaruhi keputusan investasi seseorang. Fenomena penggunaan media sosial sebagai sarana untuk berbagi informasi, termasuk informasi investasi, didorong oleh kemudahan akses informasi di platform-platform tersebut. Informasi yang tersedia mencakup berbagai hal, mulai dari perkembangan dan pergerakan harga saham hingga detail mengenai perusahaan yang mencari pendanaan melalui penjualan saham di bursa (Mahendrayani & Musmini, 2021)

Dengan kemudahan ini, investor kini dapat dengan cepat mencari berbagai informasi di media sosial seperti Twitter (X), Instagram, Facebook, dan bahkan TikTok, yang merupakan platform populer saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa sentimen investor di media sosial telah berkembang menjadi sumber informasi yang sangat berharga (Rizkiana, 2021). Kecenderungan untuk melakukan investasi cenderung meningkat seiring dengan efektivitas penggunaan media sosial dalam mengumpulkan informasi tentang investasi.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sari *et al.*, (2022), menyatakan bahwa sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Permata (2021), menyatakan bahwa sosial media tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi.

Menurut Khairiyati dan Krisnawati (2019) keputusan investasi adalah tindakan yang diambil seseorang saat ini dengan tujuan untuk mengalokasikan dana yang ada, dengan harapan bahwa investasi tersebut akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar di masa depan dibandingkan dengan jumlah awal yang diinvestasikan.

Dengan demikian, faktor pendorong dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli suatu produk investasi atau tidak (Himmah *et*

al., 2019). Penilaian terhadap investasi dapat dilakukan dengan mempertimbangkan pilihan individu dalam menentukan jumlah investasi di instrumen pasar modal (seperti saham, obligasi, dan reksadana). Pengambilan keputusan investasi adalah proses yang digunakan untuk menyimpulkan keputusan berdasarkan berbagai permasalahan atau informasi yang tersedia (Putri *et al.*, 2019).

Penilaian terhadap investasi dapat dilakukan dengan mempertimbangkan pilihan individu dalam menentukan jumlah investasi di instrumen pasar modal (seperti saham, obligasi, dan reksadana). Pengambilan keputusan investasi adalah proses yang digunakan untuk menyimpulkan keputusan berdasarkan berbagai permasalahan atau informasi yang tersedia (Putri *et al.*, 2019).

Dalam beberapa penelitian, telah diidentifikasi berbagai variabel yang dapat mempengaruhi keputusan investasi. Menurut Dirsan dan Arifin (2023), selain literasi keuangan, toleransi risiko juga memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan investasi. Dalam kegiatan investasi, risiko merupakan hal yang tidak dapat dihindari dan sering kali muncul akibat ketidakpastian. Ketidakpastian ini dapat berujung pada kerugian atau mendorong investor untuk lebih berhati-hati, bahkan menahan diri dari berinvestasi dalam instrumen yang berisiko tinggi.

Selain itu, faktor psikologis juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi hubungan antara toleransi terhadap risiko dan keputusan investasi. Kondisi mental dan emosional investor, seperti rasa percaya diri, ketakutan akan kerugian, serta persepsi terhadap risiko, dapat menentukan sejauh mana seseorang berani mengambil keputusan investasi yang lebih berisiko atau memilih opsi yang lebih aman.

Selain toleransi risiko juga ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan investasi. Menurut Yasa *et al.*, (2020), menyatakan bahwa perilaku keuangan juga mempengaruhi keputusan investasi. Terdapat kemungkinan bahwa perilaku keuangan merupakan respon seseorang terhadap informasi keuangan, dan bahwa cara seseorang mengelola serta

melakukan keputusan keuangan pribadinya sangat dipengaruhi oleh perilaku keuangan gen Z sendiri. Dari semua pernyataan ini, dapat disimpulkan bahwa semakin baik perilaku keuangan seseorang, semakin baik pula keputusan investasi yang gen Z buat.

Menurut Ery *et al.*, (2023), menyatakan bahwa sosiodemografi usia juga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi. faktor demografis usia memengaruhi seseorang dalam membuat keputusan investasi karena pendapatan dan pengalaman investasi seseorang dapat memengaruhi keputusan tersebut. Ini berarti bahwa semakin tua seseorang, semakin tinggi pendapatannya, dan semakin banyak pengalaman yang dimiliki investor dalam berinvestasi, semakin besar pula imbal hasil investasi yang diperoleh.

Menurut Sari *et al.*, (2024), menyatakan bahwa persepsi risiko juga sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan memahami risiko yang akan terjadi dalam berinvestasi, pengambilan keputusan dalam investasi akan dilakukan sebaik mungkin. Dan menurut Sani dan Santi Paramita (2024), menyatakan bahwa pengalaman investasi sangat berpengaruh terhadap keputusan investasi. Dengan bertambahnya pengalaman dalam berinvestasi, seseorang akan membuat keputusan investasi dengan lebih baik dan lebih cermat. Investor yang memiliki lebih banyak pengalaman cenderung lebih bijaksana saat membuat keputusan investasi, dan gen Z juga lebih mampu menemukan faktor-faktor yang dapat memengaruhi hasil investasinya dengan lebih baik.

Walaupun banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi keputusan investasi, penelitian ini akan berfokus pada pengaruh literasi keuangan dan sosial media terhadap keputusan investasi mahasiswa. Literasi keuangan yang baik memungkinkan individu untuk memahami konsep-konsep dasar terkait investasi, seperti risiko, imbal hasil, dan diversifikasi portofolio. Dengan pemahaman yang memadai, generasi muda diharapkan dapat membuat keputusan yang lebih informasional dan strategis dalam mengelola keuangannya.

Di sisi lain, sosial media telah menjadi salah satu platform utama untuk berbagi informasi pengalaman tentang investasi. Berbagai konten yang dihasilkan oleh *influencer* keuangan dan komunitas investasi di platform ini dapat membentuk persepsi dan minat generasi terhadap investasi. Kombinasi antara literasi keuangan dan pengaruh sosial media ini menjadi penting untuk diteliti, karena keduanya dapat saling melengkapi dalam membentuk pola pikir dan keputusan investasi generasi muda. Dengan memahami kedua faktor ini, diharapkan dapat ditemukan cara-cara yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi generasi muda dalam investasi yang cerdas dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang ini, penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan sosial media terhadap keputusan investasi mahasiswa menjadi sangat relevan untuk dilakukan. Mengingat bahwa generasi muda saat ini, khususnya mahasiswa, merupakan kelompok yang semakin aktif dalam mencari informasi dan berpartisipasi dalam kegiatan investasi.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.
- b. Sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.
- c. Toleransi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.
- d. Perilaku keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.
- e. Sosiodemografi usia berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.
- f. Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.
- g. Pengalaman investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

3. Batasan Masalah

Agar penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam dan terfokus, maka akan dilakukan pembatasan masalah yaitu penelitian ini akan berfokus pada mahasiswa di DKI Jakarta sebagai responden karena mahasiswa merupakan kelompok yang aktif dalam berinvestasi dan memiliki akses yang lebih besar ke informasi media sosial. Selain itu, DKI Jakarta sebagai pusat pendidikan dan ekonomi di Indonesia menyediakan lingkungan yang dinamis bagi mahasiswa untuk terpapar pada tren investasi dan perkembangan teknologi keuangan.

Menurut laporan dari Kementerian Investasi / Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) serta data dari Good Stats, DKI Jakarta menjadi provinsi yang paling menarik bagi para investor. Provinsi ini berhasil menyerap investasi sebesar Rp50,87 triliun, yang setara dengan 13,59% dari total realisasi investasi nasional. Angka ini menunjukkan peran strategis DKI Jakarta sebagai pusat ekonomi dan bisnis di Indonesia, yang didukung oleh infrastruktur yang maju, akses pasar yang luas, serta ekosistem bisnis yang kondusif untuk investasi dalam berbagai sektor.

Hal ini memungkinkan mahasiswa di wilayah ini memiliki literasi keuangan yang lebih baik dan keterlibatan yang intens dalam aktivitas investasi dibandingkan dengan wilayah lain. Penelitian ini akan membahas 2 variabel independen, yaitu literasi keuangan dan media sosial, dan penelitian ini juga akan membahas satu variabel dependen, yaitu keputusan investasi, tanpa mempertimbangkan pengaruh variabel lainnya seperti kebijakan investasi dan faktor demografis.

Pemilihan literasi keuangan sebagai salah satu variabel independen sangat relevan, mengingat kemampuan individu untuk memahami dan mengelola informasi keuangan dapat memengaruhi keputusan investasi yang gen Z buat. Menurut Inklusi Keuangan OJK dan survei nasional literasi pada tahun 2024, tingkat inklusi keuangan di Indonesia mencapai 75,02%, sementara tingkat literasi keuangan di masyarakat Indonesia hanya sebesar 65,43%. Angka ini menunjukkan adanya kesenjangan yang

signifikan antara jumlah orang yang memiliki akses ke layanan keuangan dan gen Z yang benar-benar memahami cara menggunakan layanan tersebut secara efektif.

Sementara itu, media sosial menjadi variabel independen yang penting karena platform ini berfungsi sebagai sumber informasi yang luas dan cepat, yang dapat membentuk persepsi serta minat mahasiswa terhadap investasi. Di era digital ini, mahasiswa menghabiskan sebagian besar waktunya di media sosial, yang menawarkan akses mudah ke berbagai konten terkait investasi, termasuk artikel, video, dan diskusi interaktif.

Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang, dari total populasi 278.696.200 penduduk pada tahun 2023. Berdasarkan survei penetrasi internet Indonesia tahun 2024 yang diterbitkan oleh APJII, tingkat penetrasi internet nasional telah mencapai 79,5%. Angka ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Saat ini, tingkat penetrasi internet di DKI Jakarta telah mencapai angka 87,51%, menjadikannya salah satu wilayah dengan akses internet tertinggi di Indonesia. Angka ini mencerminkan tingginya kesadaran dan kebutuhan masyarakat Jakarta terhadap teknologi digital, baik untuk keperluan pribadi maupun profesional. Salah satunya adalah dalam hal investasi, di mana internet memainkan peran penting dalam mempermudah akses masyarakat terhadap berbagai instrumen keuangan.

Konten-konten ini sering kali diproduksi oleh *influencer* keuangan, ahli investasi, dan bahkan rekan-rekan sebaya, yang dapat memberikan sudut pandang yang beragam tentang peluang investasi. Dari segi usia, mayoritas pengguna internet di Indonesia berasal dari generasi Z, yaitu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Kelompok ini mendominasi dengan persentase sebesar 34,40%.

Pengaruh media sosial tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga menciptakan komunitas di mana mahasiswa dapat berbagi pengalaman dan strategi investasi, memperluas wawasan gen Z secara kolektif. Selain itu, interaksi di media sosial dapat meningkatkan motivasi mahasiswa untuk terlibat dalam investasi, karena gen Z melihat pengalaman positif dari orang lain. Namun, di balik manfaat ini, juga ada risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau menyesatkan, yang dapat memengaruhi keputusan investasi gen Z secara negatif. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media sosial mempengaruhi cara mahasiswa memperoleh informasi dan bagaimana hal ini berkontribusi pada keputusan investasinya.

Aspek literasi keuangan yang akan diteliti mencakup pemahaman mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan, produk investasi, dan terkait risiko mengenai investasi. Terlepas dari platform lain, sosial media akan berkonsentrasi pada penggunaan platform seperti Instagram, Twitter (X), dan TikTok sebagai sumber informasi investasi. Untuk keputusan investasi yang akan dianalisis mencakup tindakan mahasiswa untuk berinvestasi di instrument pasar modal seperti saham, obligasi, dan reksadana.

Penelitian ini akan dilakukan dalam jangka waktu tertentu, sehingga hasil yang diperoleh akan mencerminkan perilaku dan kondisi mahasiswa dalam jangka waktu tersebut. Dengan memfokuskan penelitian ini pada kedua variabel tersebut, diharapkan dapat diidentifikasi sejauh mana literasi keuangan dan pengaruh media sosial berkontribusi terhadap keputusan investasi mahasiswa, serta memberikan saran yang relevan berdasarkan temuan yang diperoleh.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah, dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, jadi rumusan masalah di penelitian ini adalah:

- a. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa di DKI Jakarta?
- b. Apakah sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa di DKI Jakarta?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana literasi keuangan mahasiswa dapat memengaruhi kemampuannya dalam membuat keputusan investasi, serta bagaimana sosial media dan literasi keuangan memengaruhi keputusan investasi gen Z. Diharapkan hasil penelitian ini akan membantu mahasiswa meningkatkan pengetahuan dan keterampilan investasinya serta membuat keputusan investasi yang lebih cerdas di masa depan dengan memahami hubungan antara sosial media, literasi keuangan, dan keputusan investasi.

2. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber referensi bagi peneliti lain yang nantinya akan menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama. Penelitian ini juga dapat membantu mengembangkan teori dan pengetahuan baru. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengaruh literasi keuangan dan sosial media terhadap keputusan investasi mahasiswa dan juga memungkinkan penelitian lain untuk membandingkan hasilnya.

b. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Ekonomi Universitas Tarumanagara. Selain itu, dengan adanya penelitian ini sekiranya dapat menambah wawasan bagi penulis

mengenai ilmu manajemen keuangan terutama mengenai literasi keuangan, sosial media, dan keputusan investasi.

c. Manfaat Bagi Mahasiswa

Dapat meningkatkan pemahaman gen Z mengenai betapa pentingnya literasi keuangan dan sosial media dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan mengetahui pengaruh literasi keuangan, mahasiswa dapat mengelola informasi keuangan dengan lebih baik, juga dapat memahami produk investasi, serta mengenai risiko yang ada terkait dengan investasi lebih baik lagi.

Selain itu, dengan mengetahui sosial media bisa membuat mahasiswa memanfaatkan sosial media untuk dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dan terinformasi. Sehingga bisa mendorong mahasiswa untuk lebih proaktif dalam meningkatkan literasi keuangannya dan juga memanfaatkan media sosial secara efektif, sehingga mahasiswa bisa membuat keputusan investasi yang lebih bijaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding The Intention to Revisit a Destination by Expanding The Theory of Planned Behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Abdul Rachman Saleh, & Hardi Utomo. (2018). *Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Etos Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi di PT. Inko Jaya Semarang* (Vol. 11, Issue 21).
- Aldila Rizkiana. (2021). Can Investor Sentiment in Social Media Be Used to Make Investment Decision in Stock Market? *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 25(1), 1–6.
- Alliyatul Himmah, Sobrotul Imtikhanah, & Rini Hidayah. (2019). Peran Minat Investasi Dalam Memediasi Modal Minimal Investasi Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Investor Pada BEI Berdomisili Kota Pekalongan). *Jurnal Neraca*, 16(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.48144/neraca.v16i2.502>
- APJII. (2024, 2 Juli). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang, dari [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20)
- Citra Khairiyati, & Astrie Krisnawati. (2019). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.36555/almana.v3i2.362>
- Dewi Nur'aini, R. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur dan Perilaku. In 92 *INERSIA* (Vol. 1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- Dian Handy Permana, S., Syahputra, A., Bayu Yogha Bintoro, K., & Allawi Ghazi, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Referensi Investasi Digital Generasi Muda Dengan Regresi Linear Berganda. *Jurnal Sistem Informasi Dan Sains Teknologi*, 4(8), 2022. <https://doi.org/https://doi.org/10.31326/sistek.v4i1.1448>
- Ery, R., Santosa, W. A., & Muthaher, O. (2023). The Effect of Financial Literacy, Financial Technology, and Socio Demographic of Age on Entrepreneur Investment Decision Making. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 18. <https://doi.org/https://doi.org/10.34152/fe.18.2.138-150>
- Faidah, F., Puspita, G., Vikha, R., & Asri, I. (2020). Analisis Keputusan Investasi Pelaku UMKM di Kudus. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.30659/ekobis.21.1.1-11>

- Hadi Ismanto, Anna Widiastuti, Harjum Muharam, Irene Rini Demi Pangestuti, & Fathur Rofiq. (2019). *Perbankan dan literasi keuangan* (1st ed., Vol. 1).
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Tomas, G., Hult, M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. <https://www.researchgate.net/publication/354331182>
- Hana, A., Ambardi, & Novida, I. (2024). Analisis Pengaruh Sosial Media, Risk Perception dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal Pada Kalangan Milineal. *Jurnal Maneksi*, 13.
- Henseler, J. (2018). Partial least squares path modeling: Quo vadis? In *Quality and Quantity* (Vol. 52, Issue 1). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/s11135-018-0689-6>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hanum Kusuma Dewi. (2024, 26 Juni). BEI: Jumlah Investor Pasar Modal Tembus 13 Juta per Mei 2024, dari <https://www.bareksa.com/berita/saham/2024-06-26/bei-jumlah-investor-pasar-modal-tembus-13-juta-per-mei-2024>
- Icha Julyana Bella Permata. (2021). *Analisis Pengaruh Edukasi Pasar Modal dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun Di Jawa Barat)*. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/2468>
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. 8.
- Issa Almadawadi. (2024, 24 Juli). Investor Pasar Modal Tembus 13 Juta, Genz Mendominasi, dari <https://fakta.com/infografis/fkt-15239/investor-pasar-modal-tembus-13-juta-genz-mendominasi>
- Jeremia Hasiholan Napitupulu, Noor Ellyawati, & Ratna Fitri Astuti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9, 138–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144>

- Joseph F. Hair Jr, G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, & Soumya Ray. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Joseph. Hair JR., William C. Balck, Barry J. Babin, & Rolph E. Anderson. (2010). *Multivariate Data Analysis (Seventh Edition)*. 7.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. (2024). Data Peserta Didik, dari <https://dapo.kemdikbud.go.id/pd/1/010000>
- KSEI. (2024, Januari). Statistik Pasar Modal Indonesia, dari https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Januari_2024_v3.pdf
- Khairunnisa, K., Sari, F. F., Anggelena, M., Agustina, D., & Nursa'adah, E. (2022). Penggunaan Effect Size Sebagai Mediasi dalam Koreksi Efek Suatu Penelitian. *Jurnal Pendidikan Matematika (Judika Education)*, 5(2), 138–151. <https://doi.org/10.31539/judika.v5i2.4802>
- Kurniadi, A. C., Sutrisno, T. F., & Kenang, I. H. (2022). The Influence of Financial Literacy and Financial Behavior on Investment Decision for Young Investor in Badung District, Bali. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 323. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p11>
- Maulana Arief Rachman Hakim, Adinda Habibatulillah, & Sendianto. (2024). Pengaruh Platform Media Sosial “X” Terhadap Keputusan Investasi Reksadana di Aplikasi Bibit Pada Generasi Milenial. *Quilibrium Point : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7.
- Novitasari, D., Lestari, W., & Hayati, R. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja Di Kota Pontianak. *Eksistensi*, 4(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29406/eksis.v4i1.4644>
- Nur Mutia Sundawati .K. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar dan Motivasi Siswa Kelas XI Pada Materi Sel. UNPAS.
- Nurfauziya, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum, Literasi Keuangan Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *New Challenges and Opportunities of Integrated Reporting*, 5, 136–149. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art16>
- Nyoman Suprasta, & Nuryasman MN. (2021). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi Saham. *Jurnal Manajemen*, 25, 251–269. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24912/je.v24i2.669>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024, 29 Juni). Statistik Bulanan Pasar Modal - Juni 2024, dari <https://ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/data-dan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Juni-2024.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024, 2 Agustus). Siaran Pers Bersama: OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2024,

- dari <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2024.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024, 19 Agustus). Satgas PASTI Blokir 1.001 Entitas Ilegal di Juni-Juli 2024, dari <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Satgas-PASTI-Blokir-1001-Entitas-Ilegal-di-Juni-Juli-2024.aspx#:~:text=Sejak%202017%20s.d.%2031%20Juli,dan%20251%20entitas%20gadai%20ilegal.>
- Panji, M., & Wafiroh, N. L. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8, 200–206. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jseh.v8i2.57>
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Primastuti Dyah Shintawati, M., & Gusti Agung Musa Budidarma, I. (2023). The Effect Of Income And Financial Literacy On Investment Decisions With Financial Behavior As An Intervening Variable. *International Journal of Science and Society*, 5(5), 2023. <https://doi.org/https://doi.org/10.54783/ijssoc.v5i5.864>
- Prita Ary Astini, K., & Widiadnyana Pasek, G. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi (Studi Eksperimen di Gugus V Mandara Giri Kec. Kubutambahan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(03). <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jimat.v13i03.49445>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Bandung : Alfabeta, 2018.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA Bandung.
- Purwanto, P. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. <https://www.researchgate.net/publication/329483279>
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* (Vol. 4, Issue 1).
- Rafinal Dirsan, & Agus Zainul Arifin. (2023). Keputusan Investasi Saham Di Indonesia: Pendekatan Teori Planned Behavior. *JURNAL MANAJEMEN*

- BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 7, 1127–1138.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i5.26512>
- Sani, N., & Santi Paramita, V. (2024). Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, dan Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderisasi (Studi Pada Investor Generasi Z Jawa Barat). *Equilibrium Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1), 134–147. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35906/equili.v13i1.1886>
- Sari, Y. P., Fany Alfarisi, M., & Rahim, R. (2024). The Effect of Financial Literacy, Risk Perceptions, and Social Media on Investment Decisions of The Millennials in Padang City. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/rrj.v6i1>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Septiwati Sun, & Emi Lestari. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat Di Batam. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(<https://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/issue/view/1016>), 101–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n3>
- Sofar Silaen. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*.
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 5). <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v1i5.348>
- TomassMHultt, G. (n.d.). *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R AAWorkbook*. <http://www>.
- Turner, D. P. (2020). Sampling Methods in Research Design. *Headache*, 60(1), 8–12. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1111/head.13707>
- Ulfy Safryani, Alfida Aziz, & Nunuk Triwahyuningtyas. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.384>
- Vishnu Maniy.R.V, Rishi Priyan S, Tharun Selvan S, Padwalkar Anisha Sadanand, Dr. Vinoth S, & Dr. Gopalakrishnan. (2023). The Impact of Social Media on Investment Decisions: An Empirical Analysis of User Behavior on Investment Platforms. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 5(5). <https://doi.org/10.56726/irjmets38929>
- Wahyuni, S., Afriani, D., Isnurhadi, I., & Yuliani, Y. (2023). Bukti Peran Perilaku Keuangan Sebagai Pemediasi dalam Literasi Keuangan, Risk Tolerance dan

- Keputusan Investasi. *Jurnal Manajerial*, 10.
<https://doi.org/10.30587/manajerial.v10i03.6271>
- Wirawan, R., Mildawati, T., & Suryono, B. (2022). Deteminan Pengambilan Keputusan Investasi Berdasarkan Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Dan Perilaku Heuristik. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(1), 43–57.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i1.5163>
- Yasa, W., Upadana, A., & Trisna Herawati, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25574>
- Yolan Mahendrayani, P., & Musmini, L. S. (2021). History: Pengaruh Pemahaman Investasi, Penggunaan Teknologi Media Sosial dan Hubungan Pertemanan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(2). <https://doi.org/10.23887/jippg.v3i2>