

**PENGARUH FINANCIAL SOCIALIZATION DAN FINANCIAL
EXPERIENCE TERHADAP INVESTMENT INTENTION MELALUI
FINANCIAL LITERACY SEBAGAI MEDIASI PADA KARYAWAN
SWASTA KOTA CIKARANG, KABUPATEN JAWA BARAT**

Tesis



Disusun Oleh:

Rahimah Saleh

NIM: MM.20402100026

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

TESIS

PENGARUH *FINANCIAL SOCIALIZATION* DAN *FINANCIAL EXPERIENCE* TERHADAP *INVESTMENT INTENTION* MELALUI *FINANCIAL LITERACY* SEBAGAI MEDIASI PADA KARYAWAN SWASTA KOTA CIKARANG, KABUPATEN JAWA BARAT

Disusun Oleh :

Rahimah Saleh

MM.20402100026

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya

Dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian tesis

Program Magister Manajemen

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 3 September 2023

Pembimbing,



Prof. Dr. Hj. Nunung Ghoniyah, SE., MM

NIK. 210488016

PENGARUH FINANCIAL SOCIALIZATION DAN FINANCIAL EXPERIENCE TERHADAP INVESTMENT INTENTION MELALUI FINANCIAL LITERACY SEBAGAI MEDIASI PADA KARYAWAN SWASTA KOTA CIKARANG, KABUPATEN JAWA BARAT

Disusun Oleh :

RAHIMAH SALEH

NIM : 20402100026

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 8 September 2023

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

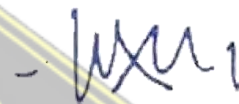
Pembimbing



Prof. Dr. Hj. Nunung Ghoniyah, MM

NIK : 210488016

Penguji I



Dr. Sri Hartono, SE, M.Si

NIK : 0626086701

Penguji II



Drs. H. Bedjo Santoso, MT, Ph.D

NIK : 210403049

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

Gelar Magister Manajemen Tanggal 08 September 2023

Ketua Program Magister Manajemen



Prof. Dr. Ibnu Khajar, SE, M.Si

NIK : 210491028

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RAHIMAH SALEH

NIM : 20402100026

Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

PENGARUH FINANCIAL SOCIALIZATION DAN FINANCIAL EXPERIENCE TERHADAP INVESTMENT INTENTION MELALUI FINANCIAL LITERACY SEBAGAI MEDIASI PADA KARYAWAN SWASTA KOTA CIKARANG, KABUPATEN JAWA BARAT

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 11 September 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 100,000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPUJUH RIBU RUPIAH', '100.000', and 'METER POST'. The serial number '9D56FAKX182450796' is visible at the bottom of the stamp.

RAHIMAH SALEH

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of financial socialization, financial experience on investment intention with financial literacy as a mediating variable and age as a moderating variable. Public statistical data released by PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) stated that the number of stock investors had increased by 15.96% at the end of June 2022. This increasing trend has been visible since 2020. Stock investors are dominated by gen z and millennials at 81, 64%. Before investing, potential investors need an intention. Research was conducted regarding investment intention, the factors that influence it include financial socialization, financial experience and financial literacy.

The theory of planned behavior is the theory underlying this research. This research used a sample of 150 private employees working in Cikarang, West Java, using hair theory calculations. The data analysis method used is multiple regression analysis with the SmartPLS version 3 application. The research results show that financial socialization has a significant negative effect on financial literacy. financial experience has a significant positive effect on financial literacy. Financial literacy and financial socialization have a significant positive effect on investment intention. while financial experience has a significant negative effect on investment intention. Financial socialization on investment intention indirectly has a significant negative effect through financial literacy, financial experience on investment intention indirectly has a significant positive effect through financial literacy. Meanwhile, age is not able to moderate the relationship between financial socialization, financial experience, financial literacy and investment intention.

Keyword: financial socialization, financial experience, financial literacy, investment intention, usia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *financial socialization*, *financial experience* terhadap *Investment intention* dengan *financial literacy* sebagai variabel mediasi dan usia sebagai variabel moderasi. Data statistik publik yang dikeluarkan oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menyatakan bahwa jumlah investor saham telah meningkat 15,96% pada akhir Juni 2022. Tren peningkatan tersebut telah terlihat sejak tahun 2020. Investor saham didominasi oleh gen z dan milenial sebesar 81,64%. Sebelum melakukan investasi, calon investor memerlukan sebuah niat. Penelitian mengenai investment intention dilakukan, faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain *financial socialization*, *financial experience* dan *financial literacy*.

Theory planned behavior adalah teori yang mendasari penelitian ini. Penelitian ini menggunakan sampel 150 karyawan swasta yang bekerja di Cikarang Jawa Barat, melalui perhitungan teori hair. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan aplikasi SmartPLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan *financial socialization* berpengaruh negatif signifikan terhadap *financial literacy*. *financial experience* berpengaruh positif signifikan terhadap *financial literacy*. *Financial literacy* dan *financial socialization* berpengaruh positif signifikan terhadap *investment intention*. sedangkan *financial experience* berpengaruh negatif signifikan terhadap *investment intention*. *Financial socialization* terhadap *investment intention* secara tidak langsung berpengaruh negatif signifikan melalui *financial literacy*, *financial experience* terhadap *investment intention* secara tidak langsung berpengaruh positif signifikan melalui *financial literacy*. Sementara usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial socialization*, *financial experience*, *financial literacy* terhadap *investment intention*.

Kata Kunci: *financial socialization*, *financial experience*, *financial literacy*, *investment intention*, *usia*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugrahkan begitu banyak nikmat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menempuh perkuliahan dan tesis ini secara maksimal. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah banyak mengajarkan kebaikan dan menyebarkan ilmunya kepada semua umatnya.

Tesis dengan judul **“PENGARUH FINANCIAL SOCIALIZATION DAN FINANCIAL EXPERIENCE TERHADAP INVESTMENT INTENTION MELALUI LITERACY SEBAGAI MEDIASI PADA KARYAWAN SWASTA KOTA CIKARANG, KABUPATEN JAWA BARAT”** penulis hadirkan sebagai salah satu prasyarat untuk mencapai sarjana S2 pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Secara khusus penulis sampaikan terimakasih kepada kedua orang tua penulis, Bapak Saleh Prihanto dan Ibu Deby. *Thank you for being my life inspiration, thank you for making all my dream come true, thank you so much, I love you and I really do.* Terimakasih kepada adik Aulia Salsabilla dan Raihan Alfaridzi *who always booster spirit in my daily life, it's all for you my little sister and brother, hopely it's makes you always keep fighting to make your dream come true.*

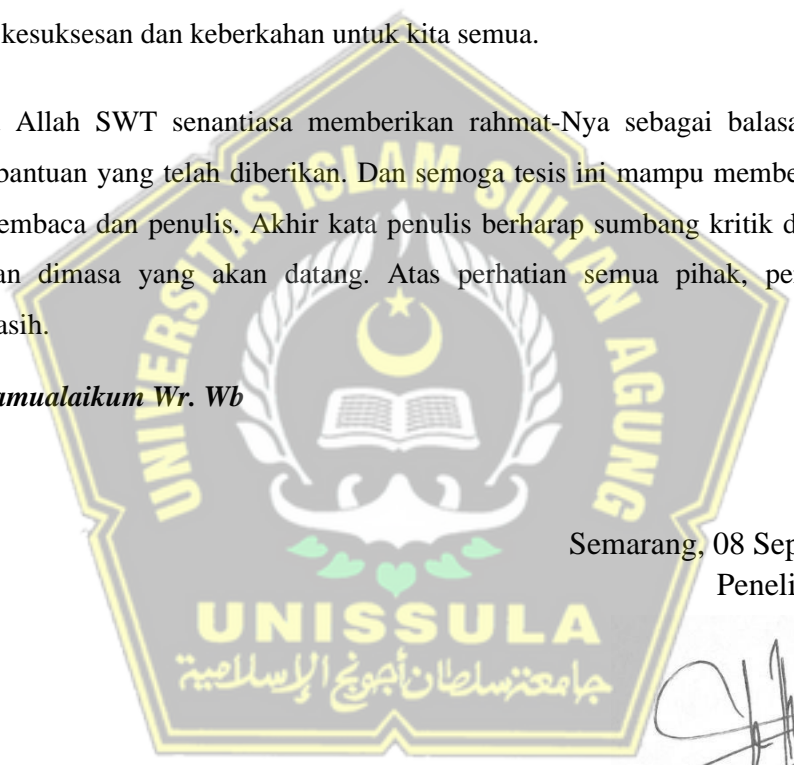
Selain itu penulis mengucapkan terimakasih atas bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Nunung Ghoniyah, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama proses penyusunan tesis ini
2. Prof. Dr. H. Heru Sulistyono, SE, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Prof. Dr. Ibnu Khajar, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Kelas MM 73 terima kasih atas semangat dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.
6. M. Irvan Maulana yang selalu memberikan semangat, dukungan dan menemani saya sejauh ini. *Thank's for being my best mate.*
7. Serta semua pihak lain yang telah membantu menyelesaikan tesis yang tidak dapat disebutkan satu persatu. *I hope my Allah always showering joy and happiness, kesuksesan dan keberkahan untuk kita semua.*

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat-Nya sebagai balasan atas segala bentuk bantuan yang telah diberikan. Dan semoga tesis ini mampu memberikan manfaat untuk pembaca dan penulis. Akhir kata penulis berharap sumbang kritik dan saran guna perbaikan dimasa yang akan datang. Atas perhatian semua pihak, penulis ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Semarang, 08 September 2023
Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rahimah Saleh', is written over a light grey rectangular background.

RAHIMAH SALEH
NIM. 20402100026

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Theory Planned Behavior</i>	10
2.1.2 <i>Investment Intention</i>	12
2.1.3 <i>Financial Literacy</i>	13
2.1.4 <i>Financial Socialization</i>	14
2.1.5 <i>Financial Experience</i>	15
2.1.6 Usia	16
2.2 Pengembangan Hipotesis	16
2.2.1 Pengaruh <i>financial socialization</i> terhadap <i>financial literacy</i>	16
2.2.2 Pengaruh <i>financial experience</i> terhadap <i>financial literacy</i>	17
2.2.3 Pengaruh <i>financial socialization</i> terhadap <i>investment intention</i>	18
2.2.4 Pengaruh <i>financial experience</i> terhadap <i>investment intention</i>	19
2.2.5 Pengaruh <i>financial literacy</i> terhadap <i>investment intention</i>	20
2.2.6 Usia memoderasi <i>financial socialization</i> dengan <i>investment intention</i>	21
2.2.7 Usia memoderasi <i>financial literacy</i> dengan <i>investment intention</i>	22
2.2.8 Usia memoderasi <i>financial experience</i> dengan <i>investment intention</i>	23
2.3 Model Empirik Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25

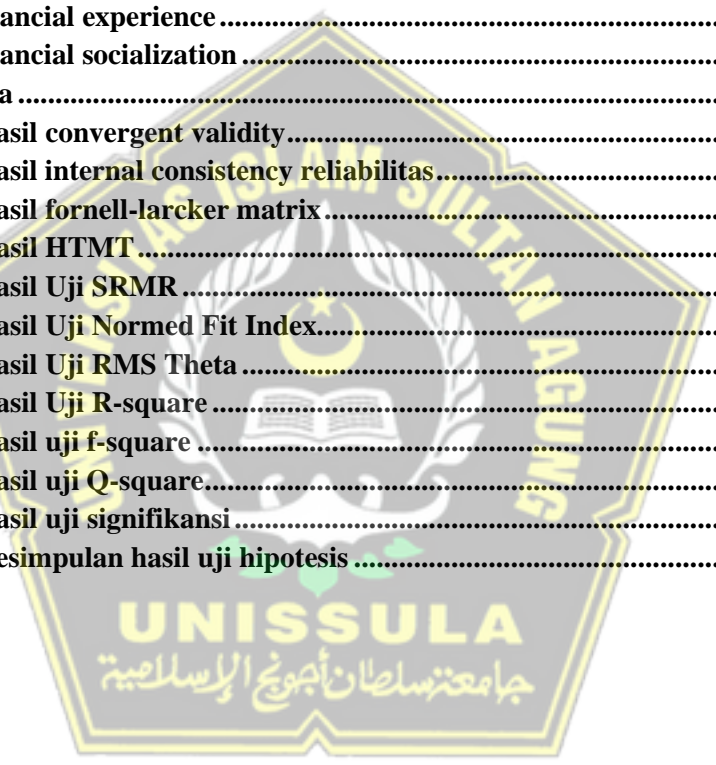
3.3	Sumber dan Jenis Data	26
3.4	Variabel dan Indikator	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Teknik Analisis	29
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	29
3.6.2	Analisis SmartPLS	29
3.7	Model Pengukuran (Outer Model).....	30
3.8	<i>Goodness of Fit</i> (GOF)	30
3.9	Uji Model Struktural (Inner Model).....	31
3.10	Pengujian Hipotesis.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	34
4.1.1	Distribusi Penyebaran Kuesioner.....	34
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	34
4.2	Analisis Deskriptif Variabel	36
4.2.1.	<i>Investment intention</i>	37
4.2.2.	<i>Financial Literacy</i>	38
4.2.3.	<i>Financial experience</i>	39
4.2.4.	<i>Financial socialization</i>	40
4.2.5.	Usia	41
4.3	Analisis Data	41
4.3.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	42
4.3.2	<i>Goodness of Fit</i> (GOF).....	44
4.3.3	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	46
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.4.1.	Pengaruh <i>financial socialization</i> terhadap <i>financial literacy</i>	55
4.4.2.	Pengaruh <i>financial experience</i> terhadap <i>financial literacy</i>	56
4.4.3.	Pengaruh <i>financial socialization</i> terhadap <i>investment intention</i>	57
4.4.4.	Pengaruh <i>financial experience</i> terhadap <i>investment intention</i>	58
4.4.5.	Pengaruh <i>financial literacy</i> terhadap <i>investment intention</i>	60
4.4.6.	Usia memoderasi <i>financial socialization</i> dengan <i>investment intention</i>	61
4.4.7.	Usia memoderasi <i>financial literacy</i> dengan <i>investment intention</i>	62
4.4.8.	Usia memoderasi <i>financial experience</i> dengan <i>investment intention</i>	63
4.4.9.	<i>Financial socialization</i> terhadap <i>investment intention</i> melalui <i>financial literacy</i>	64

4.4.10. <i>Financial experience terhadap investment intention melalui financial literacy</i>	65
BAB V PENUTUP	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Implikasi	69
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator.....	27
Tabel 3. 2 Skoring Untuk Jawaban Kuesioner	28
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	34
Tabel 4. 2 Gender responden.....	35
Tabel 4. 3 Umur Responden	35
Tabel 4. 4 Tingkat Pendapatan Responden.....	36
Tabel 4. 5 Investment intention.....	37
Tabel 4. 6 Financial Literacy	38
Tabel 4. 7 Financial experience	39
Tabel 4. 8 Financial socialization	40
Tabel 4. 9 Usia	41
Tabel 4. 10 Hasil convergent validity.....	42
Tabel 4. 11 Hasil internal consistency reliabilitas.....	43
Tabel 4. 12 Hasil fornell-larcker matrix	44
Tabel 4. 13 Hasil HTMT	44
Tabel 4. 14 Hasil Uji SRMR	45
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normed Fit Index.....	45
Tabel 4. 16 Hasil Uji RMS Theta	46
Tabel 4. 17 Hasil Uji R-square	46
Tabel 4. 18 Hasil uji f-square	47
Tabel 4. 19 Hasil uji Q-square.....	48
Tabel 4. 20 Hasil uji signifikansi.....	50
Tabel 4. 21 Kesimpulan hasil uji hipotesis	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Demografi Usia Investor	2
Gambar 1. 2 Demografi Pekerjaan Investor	5
Gambar 2. 1 Kerangka Theory Planned Behavior	11
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
Gambar 4. 1 Predictive relevance	48
Gambar 4. 2 Hasil uji hipotesis	Error! Bookmark not defined.



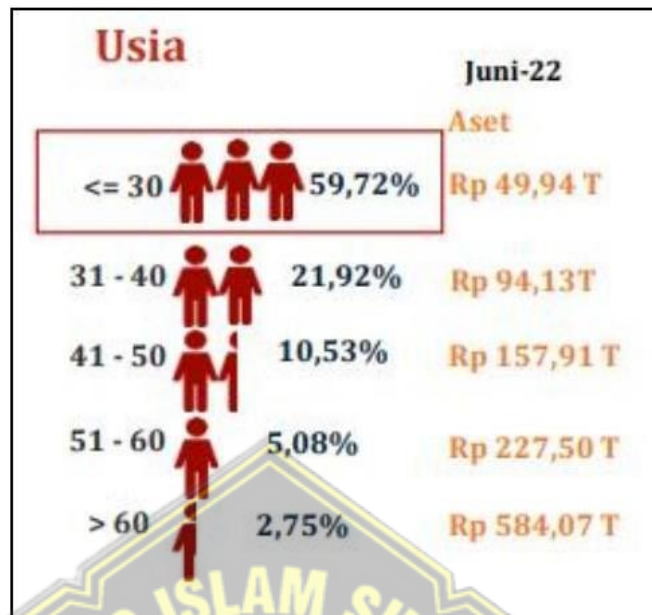
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Partisipasi individu di pasar keuangan meningkat tajam belakangan ini, banyak alasan untuk melakukan investasi diantaranya yaitu pasar uang. Pasar uang menawarkan kemungkinan menghasilkan uang dan memperoleh pengembalian dari modal yang diinvestasikan. Keragaman aset yang disediakan juga sesuai dengan tujuan investasinya. Namun, keputusan untuk berinvestasi di pasar saham masih menjadi hal yang sulit, dibutuhkan pemikiran yang jernih dan pikiran yang rasional, oleh karena itu tidak sedikit investor yang mengalami kerugian.

Berdasarkan informasi statistik publik yang disampaikan PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada tahun 2021, terdapat 4.002.289 investor saham pada akhir Juni 2022, naik 15,96% dari 3.451.513 pada akhir tahun 2021. Sejak tahun 2020, saat itu masih ada 1.695.268 investor. investor, terdapat kecenderungan yang meningkat. Hingga akhir semester I 2022, investor saham Gen Z dan milenial menyumbang 81,64% dari seluruh investor saham dan memiliki aset sebesar Rp 144,07 triliun. Demografi usia investor dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. 1 Demografi Usia Investor

Sumber: PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Investor harus fokus pada alasan di balik transaksi mereka, bukan hanya sekedar membeli dan menjual, tetapi juga mempelajari lebih jauh data teknis dan fundamental mengenai investasi. Selain itu, investor perlu mempersiapkan mental mereka untuk menghadapi situasi seperti sekarang ini. Untuk menghadapi situasi yang memiliki kecenderungan positif dan buruk seperti saat ini, seseorang perlu berada dalam kondisi emosi yang stabil.

Sebelum melakukan investasi, calon investor memerlukan sebuah niat. Niat diasumsikan untuk mengidentifikasi faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku dan untuk menunjukkan seberapa keras orang ingin mencoba, atau berapa banyak upaya yang akan mereka lakukan untuk melakukan perilaku tersebut. Dengan kata lain, perilaku masa depan individu dapat diprediksi

melalui niat, karena niat merupakan langkah awal yang membentuk pola perilaku selanjutnya (Andriani et al., 2019). Akibatnya, niat tersebut dapat menunjukkan arah kemungkinan perilaku individu di masa depan.

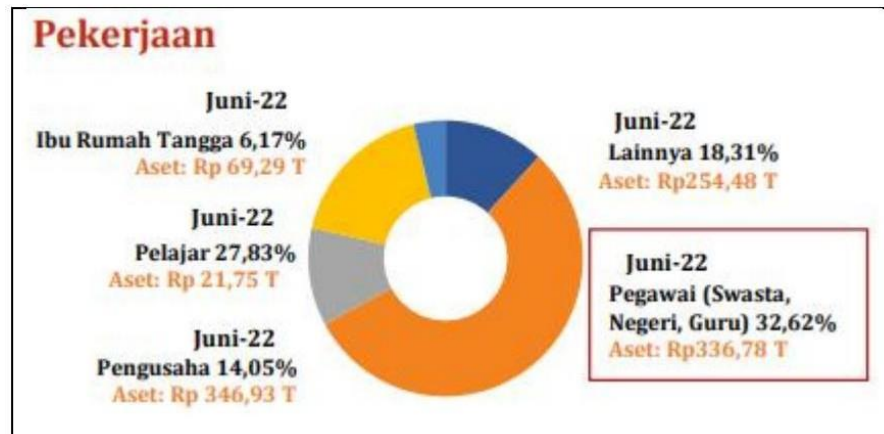
Penelitian ini dilatar belakangi oleh *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menganalisis niat investasi di kalangan calon investor. Teori ini mengusulkan konsep niat individu yang merupakan anteseden langsung untuk perilaku mereka, sedangkan niat itu sendiri dipengaruhi oleh tiga konstruksi dasar, yaitu: sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. (Raut, 2020) menyatakan bahwa model TPB masuk akal untuk mengukur *investment intention* terhadap proses pengambilan keputusan investasi. Penelitian mengenai *investment intention* sudah banyak dilakukan, faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain *financial socialization* (Ameliawati & Setiyani, 2018; Fulk & White, 2018; Sohn et al., 2012; Suyanto & Setiawan, 2021), *financial experience* (Ameliawati & Setiyani, 2018; Malmendier et al., 2020; Wang et al., 2019; Zhao & Zhang, 2021) dan *investment literacy* (Andriani et al., 2019; Muhammad et al., 2020; Raut, 2020; Suyanto & Setiawan, 2021).

Financial socialization memiliki efek yang bertahan lama pada kebiasaan pengelolaan uang orang dewasa (Fulk & White, 2018). Calon investor sebelum berinvestasi diharapkan memiliki pengetahuan yang bisa didapat melalui *financial socialization* untuk membuat pertimbangan dalam melakukan investasi. Ameliawati & Setiyani (2018) berpendapat bahwa apabila seseorang memiliki tingkat *financial socialization* yang tinggi maka akan meningkatkan kemampuan

dalam mengelola keuangannya. Jika seseorang semakin banyak berinteraksi dengan agen sosialisasi keuangan maka perilaku pengelolaan keuangan akan semakin baik.

Experience merupakan bahan pembelajaran terbaik yang termasuk dalam proses peningkatan tingkat literasi keuangan. *Financial experience* merupakan kemampuan untuk membuat penilaian dalam mengambil keputusan tentang masalah keuangan yang telah dialami sehingga dapat digunakan sebagai dasar perilaku keuangan yang baik. Penelitian (Ameliawati & Setiyani, 2018; Tanuwijaya & Setyawan, 2021) menyatakan bahwa seseorang harus memiliki pengalaman keuangan yang baik agar dapat mengelola keuangannya dengan baik juga. (Zhao & Zhang, 2021) menyatakan bahwa pengalaman investasi memiliki pengaruh positif terhadap *investment intention*. Pengalaman investasi diyakini dapat mempengaruhi keputusan investasi, khususnya adopsi produk keuangan baru, baik bagi investor individu maupun rumah tangga (Malmendier et al., 2020).

Pembaharuan dalam penelitian ini yaitu dengan menguji pengaruh *financial literacy* sebagai variabel intervening. Penelitian Zhao & Zhang (2021) menjelaskan bahwa *literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *investment intention*. Penelitian Raut (2020) juga menjelaskan bahwa investor di India sangat dipengaruhi oleh literasi. Tingkat literasi seseorang bisa disebabkan oleh tingkat pendidikan dan pekerjaan mereka, serta pengetahuan juga didapatkan karena adanya kesempatan waktu atau pengalaman. Demografi investor menurut pekerjaan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. 2 Demografi Pekerjaan Investor

Sumber: PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Di Indonesia 60,45% investor berprofesi sebagai karyawan swasta, pegawai negeri, guru dan pelajar, dengan nilai aset mencapai Rp358,53 triliun. Data demografi memperlihatkan bahwa investor saham masih terkonsentrasi di pulau Jawa yaitu sebesar 69,59% dengan nilai aset mencapai Rp3.772,32 triliun. Peneliti sudah melakukan pengamatan dua bulan terakhir ini pada karyawan swasta di Daerah Cikarang, peneliti memilih Cikarang karena Cikarang menjadi Kota industri terbesar se-Asia Tenggara. Upah minimum karyawan Kota Cikarang juga dapat dikatakan tinggi, peneliti mengasumsikan tingginya pendapatan dapat meningkatkan niat untuk berinvestasi. Karyawan swasta beranggapan bahwa mereka memiliki niat berinvestasi karena sudah memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam penggunaan layanan pada lembaga keuangan, seseorang yang sudah menggunakan produk perbankan cenderung satu langkah lebih mudah untuk berinvestasi karena sudah mempunyai akses dalam keuangan. Akan tetapi sebagian karyawan menyatakan bahwa mereka memiliki niat untuk berinvestasi tetapi tidak

mempunyai pengetahuan tentang investasi dan tidak memiliki pengalaman sebelumnya, mereka juga tidak pernah mengikuti sosialisasi atau mencari informasi secara mandiri mengenai pentingnya dan cara melakukan investasi karena minimnya waktu luang yang mereka miliki. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Andriani et al., (2019) yang menyatakan bahwa investor mungkin tertarik untuk berinvestasi jika mereka memiliki waktu dan keterampilan untuk mengevaluasi perusahaan dan memiliki uang untuk diinvestasikan.

Berdasarkan pada *research gap* dan fenomena penelitian yang ada, maka penelitian lebih lanjut sangat diperlukan. Sehingga peneliti akan melakukan penelitian mengenai niat investasi dengan pengaruh *financial socialization*, *financial experience* dan *investment literacy* pada karyawan swasta di Kota Cikarang. Penelitian ini menambahkan variabel moderating yaitu usia. Usia menjadi variabel moderasi karena orang dewasa muda lebih terekspos dan akrab dengan teknologi dan lebih antusias berinvestasi dalam produk investasi baru berbasis teknologi, sementara investor individu yang lebih tua lebih konservatif dalam produk investasi baru dan cenderung mempertahankan investasi mereka sebelumnya. Kebiasaan dan cenderung berinvestasi pada produk yang mereka sadari. Sehingga seseorang yang lebih tua atau memiliki *experience* yang lebih banyak cenderung berinvestasi dengan produk investasi yang sama. Oleh sebab itu minat investasi pada pekerja perlu dilakukan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Zhao & Zhang (2021) bahwa investor berusia 18 hingga 34 tahun sebagai kekuatan utama investasi saat ini di Amerika Serikat. Namun usia produktif pekerja di Indonesia yaitu rentang usia lebih dari 17 hingga 57 tahun. Sehingga penelitian

lebih lanjut sangat diperlukan untuk meneliti mengenai usia yang memoderasi hubungan *financial socialization*, *financial experience* dan *financial literacy* dengan *investment intention*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu bagaimana meningkatkan niat investasi pada karyawan swasta di Kota Cikarang melalui *financial socialization*, *financial experience* dan *financial literacy*. Sedangkan pertanyaan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *financial socialization* mempengaruhi *financial literacy*?
2. Apakah *financial experience* mempengaruhi *financial literacy*?
3. Apakah *financial socialization* mempengaruhi *investment intention*?
4. Apakah *financial experience* mempengaruhi *investment intention*?
5. Apakah *financial literacy* mempengaruhi *investment intention*?
6. Apakah usia memoderasi hubungan *financial socialization* dengan *investment intention*?
7. Apakah usia memoderasi hubungan *financial experience* dengan *investment intention*?
8. Apakah usia memoderasi hubungan *financial literacy* dengan *investment intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana *financial socialization* mempengaruhi *financial literacy*.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana *financial experience* mempengaruhi *financial literacy*.
3. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana *financial socialization* mempengaruhi *investment intention*.
4. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana *financial experience* mempengaruhi *investment intention*.
5. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana *financial literacy* mempengaruhi *investment intention*.
6. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana usia memoderasi hubungan *financial socialization* dengan *investment intention*.
7. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana usia memoderasi hubungan *financial experience* dengan *investment intention*.
8. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana usia memoderasi hubungan *financial literacy* dengan *investment intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

1 Manfaat Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen keuangan, dalam

meningkatkan niat investasi untuk calon investor. Sehingga dapat berkontribusi dalam meningkatkan jalannya kegiatan perekonomian.

2 Manfaat Praktis

Penelitian ini nantinya diharapkan mampu digunakan sebagai dasar atau referensi untuk pengambilan keputusan para calon investor untuk berinvestasi, dan memberikan pengetahuan kepada para karyawan swasta mengenai pentingnya investasi.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

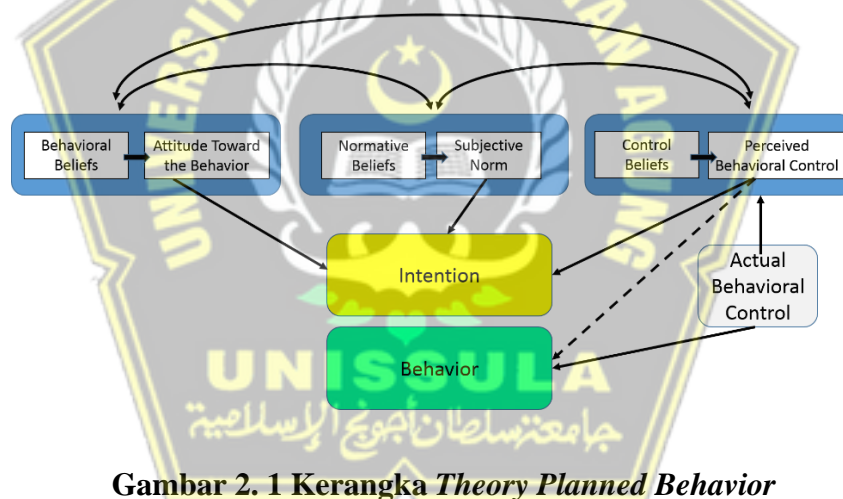
2.1.1. *Theory Planned Behavior*

Theory planned behavior atau TPB telah diterapkan untuk memahami bagaimana individu berperilaku dan bagaimana bereaksi. Teori Perilaku Terencana ini merupakan penyempurnaan dari teori teori tindakan beralasan. Teori perilaku terencana menekankan rasionalitas tindakan manusia dan gagasan bahwa individu memiliki kendali sadar atas aktivitas yang dimaksud (Natsir & Arifin, 2021). Teori psikologi sosial yang meramalkan perilaku manusia dijelaskan dengan *theory planned behavior*. Dalam studi ini, diduga bahwa seseorang dengan pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola uang mereka secara efektif akan bertindak dengan cara yang menunjukkan kapasitas ini dengan membuat keputusan keuangan yang hati-hati, seperti mengetahui kapan waktu yang tepat untuk menabung, berinvestasi, dan memanfaatkan *credit card* yang dimiliki.

Kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya, yang telah menunjukkan bahwa *literacy*, *experience* dan *socialization* merupakan salah satu kemungkinan pendorong perilaku keuangan (Suyanto & Setiawan, 2021). Untuk memprediksi niat dan perilaku, *Theory planned behavior* telah menguji bahwa sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan sebagai penentu niat dan perilaku. Dalam konteks penelitian ini, investor mungkin tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tertentu hanya jika mereka

memiliki waktu dan keterampilan untuk mengevaluasi perusahaan dan memiliki uang untuk diinvestasikan (Andriani et al., 2019). Oleh karena itu, ketika membentuk niat untuk berinvestasi, investor individu biasanya memulai dengan evaluasi posisi keuangan perusahaan berdasarkan beberapa ukuran objektif seperti pengembalian ekuitas, rasio pembayaran dividen, dan beta.

Selanjutnya pada persepsi emosional mereka terhadap evaluasi semacam itu mungkin berpengaruh saat mereka mencoba untuk membenarkan keputusan investasi mereka di saham perusahaan. *Theory planned behavior* dijelaskan pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. 1 Kerangka *Theory Planned Behavior*

Perilaku apa pun yang dapat dilakukan orang untuk mengendalikan diri akan dijelaskan oleh teori TPB. Niat perilaku adalah elemen utama dari teori ini. TPB digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan sejumlah perilaku yang dilakukan seseorang baik perilaku secara khusus maupun umum. Pencapaian perilaku bergantung pada motivasi dan kemampuan kontrol perilaku diri, hal tersebut sudah dijelaskan dalam *theory planned behavior*. *Theory planned behavior* juga

menjelaskan mengenai tiga jenis keyakinan, yaitu mengenai perilaku, normatif, dan kontrol.

2.1.2. Investment Intention

Perilaku masa depan individu dapat diprediksi melalui *intention* atau niat, karena niat merupakan langkah awal yang membentuk perilaku dimasa yang akan datang. Penelitian-penelitian sebelumnya mendefinisikan niat dalam banyak hal. Secara umum, niat dianggap sebagai indikasi individu tentang apa yang akan dilakukannya di masa depan (Andriani et al., 2019). Jadi, niat seseorang adalah keinginan atau rencananya untuk melakukan tindakan yang bersangkutan di masa depan, karena niat menyajikan informasi tentang arah masa depan, sikap, dan keyakinan.

Niat investasi merupakan variabel yang termasuk dalam faktor niat dalam *theory planned behavior*. Dalam TPB, niat merupakan penentu perilaku yang paling dekat yang pada gilirannya ditentukan oleh individu. Dengan kata lain, perilaku masa depan individu dapat diprediksi melalui niat, karena niat merupakan langkah awal yang membentuk pola perilaku selanjutnya. Akibatnya, niat tersebut dapat menunjukkan arah kemungkinan perilaku individu di masa depan (Andriani et al., 2019). Indikator yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada penelitian Soderlund & Ohman (2003) dalam Felisyah & Arifin, (2022) yaitu ekspektasi, rencana, dan keinginan.

2.1.3. *Financial Literacy*

Literacy ini memungkinkan individu untuk menggunakan layanan dan produk keuangan secara lebih efektif dan menghindari penipuan yang sering mengeksploitasi ketidaktahuan keuangan untuk keuntungan pribadi (Raihana & Dewi, 2022). Sejumlah tindakan tentang uang, tabungan, dan keputusan portofolio dikaitkan dengan literasi keuangan (Suprasta & Nuryasman, 2020). Literasi juga membawa manfaat yang signifikan bagi sektor jasa keuangan, semakin tinggi literasi keuangan maka semakin banyak masyarakat yang akan menggunakan produk dan jasa keuangan, sehingga lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan. Pada kenyataannya pengetahuan mengenai investasi yang tinggi dapat menghasilkan perilaku yang lebih positif, khususnya jika seseorang memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menerapkan pemahaman dan keterampilan yang mereka miliki maka akan cenderung dapat membuat keputusan yang efektif.

Monsura (2020) menyatakan bahwa literasi mengenai investasi merupakan sebuah pendidikan penanaman modal tentang penanganan keuangan pada saat krisis ekonomi dan pengolahan informasi keuangan untuk mengambil keputusan tentang perencanaan keuangan tabungan, investasi, pinjaman, dan pensiun. Salah satu faktor yang membuat seseorang tertarik untuk berinvestasi adalah karena orang tersebut sudah memahami prinsip-prinsip keuangan (Tanuwijaya & Setyawan, 2021). Pengetahuan mengenai investasi saat ini sangat penting karena pasar uang dan pasar modal memiliki produk keuangan yang kompleks (Akhtar & Das, 2019). Indikator yang digunakan pada penelitian ini memodifikasi dari penelitian George

et al.,(2016 dan Suyanti & Hadi (2019) yaitu pengetahuan keuangan, keterampilan dan keyakinan.

2.1.4. Financial Socialization

Financial socialization merupakan proses dimana individu memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan sikap dari lingkungan mereka yang sangat diperlukan untuk memaksimalkan peran mereka di pasar keuangan (Ward, 1974) dalam (Suyanto & Setiawan, 2021). Peran agen sosialisasi keuangan dalam membentuk pengetahuan keuangan bagi remaja bersifat sangat penting (Sohn et al., 2012). Di sinilah orang berinteraksi dalam lingkungan sosial untuk memahami cara orang lain membangun pengetahuan dan perilaku mereka. Edukasi pasar modal dapat mempengaruhi pilihan investasi melalui minat berinvestasi. Pelatihan pasar modal merupakan program yang dirancang untuk mendidik peserta tentang berbagai jenis investasi dan strategi investasi mendasar dengan tujuan mendorong mereka untuk mulai berinvestasi, khususnya personel yang telah memiliki sumber pendapatan dan pemahaman dasar tentang investasi.

Financial socialization menunjukkan bahwa seseorang belajar tentang uang dari keluarga dan mendefinisikan pemahaman keuangan mereka selama masa kecil (LeBaron et al., 2020). Suyanto & Setiawan (2021) juga berpendapat bahwa pendidikan formal sebagai agen sosialisasi juga diyakini berperan penting dalam membentuk pengetahuan tentang topik keuangan pribadi. Berdasarkan model Gudmunson dan Danes dalam (Fulk & White, 2018), sosialisasi keuangan dalam penelitian ini dikaitkan dengan dua bagian konstruksi yaitu pendidikan keuangan yang tidak disengaja dan disengaja oleh orang tua yang mempengaruhi perilaku dan

kemampuan keuangan anak-anak mereka. Indikator yang digunakan pada penelitian ini memodifikasi dari penelitian Sundarasen et al., (2016) dan Fulk & White (2018) yaitu lingkungan keluarga, pendidikan serta teman dan social media.

2.1.5. *Financial Experience*

Financial experience menurut Diana & Lutfi (2021) yaitu kemampuan yang diperoleh dari suatu peristiwa yang dialami untuk mempertimbangkan suatu keputusan yang lebih bijak dan bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan. Ini mengacu pada cara individu mencari pengalaman kesenangan, relaksasi dan menghabiskan waktu luang mereka untuk mengejar minat pribadi mereka (Wang et al., 2019). Menurut Ameliawati & Setiyani (2018) *financial experience* sebagai perilaku belajar seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya, sehingga seseorang yang memiliki pengalaman keuangan yang cukup dapat berperilaku lebih bijak dalam mengelola keuangannya dibanding orang lain.

Semakin baik pengalaman keuangan yang dimiliki seseorang mengindikasikan semakin baik pula pengaruh perilaku keuangannya. Dalam hal ini, pengalaman seseorang menjadi faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan. Dimana, semakin banyak pengalaman keuangan yang dimiliki maka membuat seseorang menjadi lebih tinggi tingkat literasi yang dimiliki sehingga dapat membuat perilaku keuangan seseorang menjadi lebih baik. Indikator yang digunakan pada penelitian ini yaitu mengacu pada penelitian Diana & Lutfi (2021) yaitu pernah menggunakan produk jasa keuangan, pengalaman dalam produk jasa keuangan dan menggunakan tabungan/investasi dan kartu kredit.

2.1.6. Usia

Usia merupakan kurun waktu sejak adanya seseorang dan dapat diukur menggunakan satuan waktu dipandang dari segi kronologis, individu normal dapat dilihat derajat perkembangan anatomis dan fisiologis sama (Sonang et al., 2019). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata usia sama halnya dengan umur yang memiliki arti lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan). Jadi usia adalah jenjang atau tahapan hidup yang sudah dilalui manusia yang di hitung dari tahun lahirnya sampai tahun berapa ia hidup saat ini. Usia manusia erat kaitannya dengan perkembangan hidup manusia. Diukur dengan variabel *dummy*, yaitu jika terdapat responden berumur <35 tahun maka memiliki nilai 1, jika lebih maka 0

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh *financial socialization* terhadap *financial literacy*

Sosialisasi keuangan merupakan salah satu cara untuk memperoleh literasi keuangan. Proses yang disebut sebagai agen sosialisasi keuangan ini dapat diperoleh melalui lingkungan internal maupun eksternal. Institusi yang dapat memberikan informasi keuangan yaitu orang tua, lembaga pendidikan, teman, dan media. Sosialisasi keuangan dinilai memiliki pengaruh terhadap literasi seseorang. Literasi dapat diperoleh melalui sosialisasi keuangan, semakin banyak mendapatkan sosialisasi keuangan maka semakin besar tingkat literasi seseorang (Ameliawati & Setiyani, 2018).

Niat dipengaruhi oleh perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku, yang menyebabkan seseorang bertindak sejalan dengan niat dan persepsi kontrolnya melalui tindakan tertentu yang telah dijelaskan oleh *theory of planned behavior*. Menurut penalaran teori ini, menerima informasi dapat membantu seseorang menjadi lebih berpengetahuan tentang investasi, sehingga menurunkan kemungkinan mengalami kerugian. Yang sejalan dengan penelitian (Suyanto & Setiawan, 2021) dan (Ameliawati & Setiyani, 2018) yang menyatakan bahwa *financial socialization* berpengaruh positif terhadap *financial literacy*. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H1: *financial socialization* berpengaruh positif terhadap *financial literacy*

2.2.2. Pengaruh *financial experience* terhadap *financial literacy*

Literasi kemungkinan besar terkait dengan pengalaman keuangan (Monsura, 2020). Mereka yang memiliki lebih banyak pengalaman keuangan harus menunjukkan pengetahuan keuangan yang lebih besar (Suyanto & Setiawan, 2021). Seseorang dengan pengalaman keuangan yang positif akan memiliki literasi yang memadai untuk sampai pada keputusan keuangan yang masuk akal di masa depan, seperti niat untuk melakukan investasi. Pengalaman keuangan merupakan faktor penting dalam mengukur tingkat literasi seseorang, juga tidak akan ada artinya seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi tanpa pengalaman keuangan yang memadai (Tanuwijaya & Setyawan, 2021).

Pengalaman finansial seseorang tentunya akan memberikan pengaruh yang baik terhadap kemampuan finansial. Semakin melek huruf yang dimiliki seseorang, maka semakin memahami seseorang tentang konsep keuangan (Tanuwijaya & Setyawan, 2021). Kemampuan finansial juga akan bergantung pada besar kecilnya faktor ketersediaan dana yang dimiliki seseorang. Seseorang yang telah memiliki pengalaman keuangan yang banyak akan memiliki tingkat literasi yang baik, namun sebaliknya jika seseorang belum banyak memiliki pengalaman keuangan maka tingkat literasi yang dimiliki masih rendah (Ameliawati & Setiyani, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial experience* berpengaruh positif terhadap *financial literacy*, yang sejalan dengan penelitian (Zhao & Zhang, 2021). Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H2: *financial experience* berpengaruh positif terhadap *financial literacy*

2.2.3. Pengaruh *financial socialization* terhadap *investment intention*

Sebagian besar penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa keluarga, teman sebaya, sekolah, dan media semuanya adalah agen sosialisasi konsumen yang signifikan, dan bahwa setiap agen bekerja secara berbeda sepanjang siklus hidup (Sohn et al., 2012). Untuk meningkatkan angka investasi di pasar modal tentunya harus ada sosialisasi pengetahuan tentang produk di pasar modal, sosialisasi ini dapat berasal dari lingkungan sekitar atau instansi yang berkepentingan, sosialisasi ini bermanfaat agar masyarakat dapat berpikir bahwa berinvestasi di pasar modal itu mudah dan murah (Natsir & Arifin, 2021).

Seseorang yang sering mengikuti sosialisasi mengenai perencanaan keuangan, membaca informasi baik di media cetak atau internet menjadikan seseorang lebih luas dalam berfikir. Terlebih mengenai investasi yang mana di pasar keuangan memiliki beraneka ragam produk yang dijual, sehingga seseorang harus memiliki bekal sebelum berinvestasi. Sejalan dengan penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) dan Suyanto & Setiawan (2021) bahwa *financial socialization* berpengaruh positif terhadap *investment intention*. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H3: *financial socialization* berpengaruh positif terhadap *investment intention*

2.2.4. Pengaruh *financial experience* terhadap *investment intention*

Financial experience memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penilaian terkait investasi individu ketika membuat keputusan investasi (Zhao & Zhang, 2021). Pengalaman keuangan sebagai perilaku belajar seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya, sehingga seseorang yang memiliki pengalaman keuangan yang cukup dapat berperilaku lebih bijak dalam mengelola keuangannya dibanding orang lain (Ameliawati & Setiyani, 2018). Pengalaman keuangan sebagai faktor yang berhubungan dengan perilaku pengelolaan keuangan merupakan peristiwa yang terjadi pada individu sebagai respon terhadap beberapa jenis kegiatan atau proses yang telah dilakukan.

Pengalaman dimaksud dalam pengalaman investasi ini kemudian dijadikan input sebagai seseorang dalam melakukan investasi, dengan kata lain seseorang yang memiliki pengalaman dalam investasi cenderung akan berlanjut melakukan

investasi karena sudah mengetahui celah agar tidak mengalami kerugian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial experience* berpengaruh positif terhadap *investment intention*, yang sejalan dengan penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) dan Zhao & Zhang (2021). Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H4: *financial experience* berpengaruh positif terhadap *investment intention*

2.2.5. Pengaruh *financial literacy* terhadap *investment intention*

Pengetahuan tentang pasar modal sangat berguna untuk meminimalisir resiko dalam berinvestasi. Pengetahuan tentang produk pasar modal penting bagi seorang investor karena dapat mempengaruhi niat berinvestasi (Natsir & Arifin, 2021). Menurut penelitian (Raihana & Dewi, 2022) taraf hidup seseorang dapat meningkat apabila memiliki tingkat pengelolaan keuangan yang baik dan didukung dengan literasi mengenai keuangan yang baik. Zhao & Zhang (2021) menyarankan bahwa literasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penilaian terkait investasi individu ketika membuat keputusan investasi. Banyak penelitian sebelumnya telah memberikan bukti bahwa pengetahuan keuangan objektif merupakan penentu penting dalam niat dan perilaku investasi. Akhtar & Das (2019) menemukan bahwa pengetahuan keuangan objektif memiliki hubungan positif yang signifikan dengan niat investasi di pasar saham. Kim et al., (2019) juga menunjukkan bahwa milenial dengan tingkat literasi objektif yang lebih tinggi lebih cenderung memiliki investasi. Studi tersebut menemukan bahwa orang yang melek finansial dan mengetahui perbedaan antara reksa dana dan saham bersedia

mengambil risiko selama proses pengambilan keputusan investasi (Andriani et al., 2019).

Raihana & Dewi (2022) berpendapat bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka keputusan investasi akan memberikan keuntungan dan kepuasan yang optimal, dimana investasi merupakan indikator penting bagi investor. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung terlibat dalam pasar keuangan dan melakukan investasi saham (Suprasta & Nuryasman, 2020). Literasi mempengaruhi minat investasi seorang investor, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini karena kajian atau pembahasan literasi investasi mencakup beberapa faktor penting yang harus diperhatikan saat melakukan investasi, seperti risiko kerugian, perkiraan keuntungan, dll. Selain itu, ketika seorang investor memahami kegiatan proses investasi secara mendalam melalui literasi investasi, ia dapat mempengaruhi keputusan investasi. Sejalan dengan penelitian (Andriani et al., 2019; Suyanto & Setiawan, 2021; Zhao & Zhang, 2021) bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *investment intention*. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H5: *financial literacy* berpengaruh positif terhadap *investment intention*

2.2.6. Usia memoderasi *financial socialization* dengan *investment intention*

Seseorang yang sering mengikuti sosialisasi mengenai perencanaan keuangan, membaca informasi baik di media cetak atau internet menjadikan seseorang lebih luas dalam berfikir. Untuk meningkatkan angka investasi di pasar

modal tentunya harus ada sosialisasi pengetahuan tentang produk di pasar modal, sosialisasi ini dapat berasal dari lingkungan sekitar atau instansi yang berkepentingan, sosialisasi ini bermanfaat agar masyarakat dapat berpikir bahwa berinvestasi di pasar modal itu mudah dan murah (Natsir & Arifin, 2021). Seseorang dengan usia lebih tua cenderung memiliki waktu lebih banyak dalam mendapatkan sosialisasi mengenai keuangan, sehingga mampu meningkatkan niat dalam berinvestasi. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H6: usia memoderasi hubungan *financial socialization* terhadap *investment intention*

2.2.7. Usia memoderasi *financial literacy* dengan *investment intention*

Lestari et al., (2022) menjelaskan kurangnya pengetahuan tentang keuangan masa depan dan sikap tanggung jawab dalam mencakup keuangan yang mempengaruhi pengambilan keputusan investasi, dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwasanya ada pengaruh negatif literasi keuangan pada keputusan investasi lewat perilaku keuangan. Generasi *baby boomer* cenderung lebih rentan dan berisiko dalam mengambil keputusan investasi karena akses terhadap pengetahuan terkait literasi keuangan akan mudah didapat pada kelompok generasi yang hidup melalui kemajuan teknologi (Baihaqqy, 2022). Akan tetapi tidak sejalan dengan penelitian Elango & Ajah, (2023) literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi, artinya orang yang melek finansial akan memiliki peluang lebih besar untuk memiliki niat berinvestasi di pasar saham, namun pengaruh literasi keuangan terhadap niat investasi pada generasi Z menunjukkan pengaruh

yang lemah. Hasil penelitian menunjukkan hasil yang kurang konsisten sehingga pengaruh usia dalam memoderasi hubungan literasi dengan niat investasi masih sangat diperlukan. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

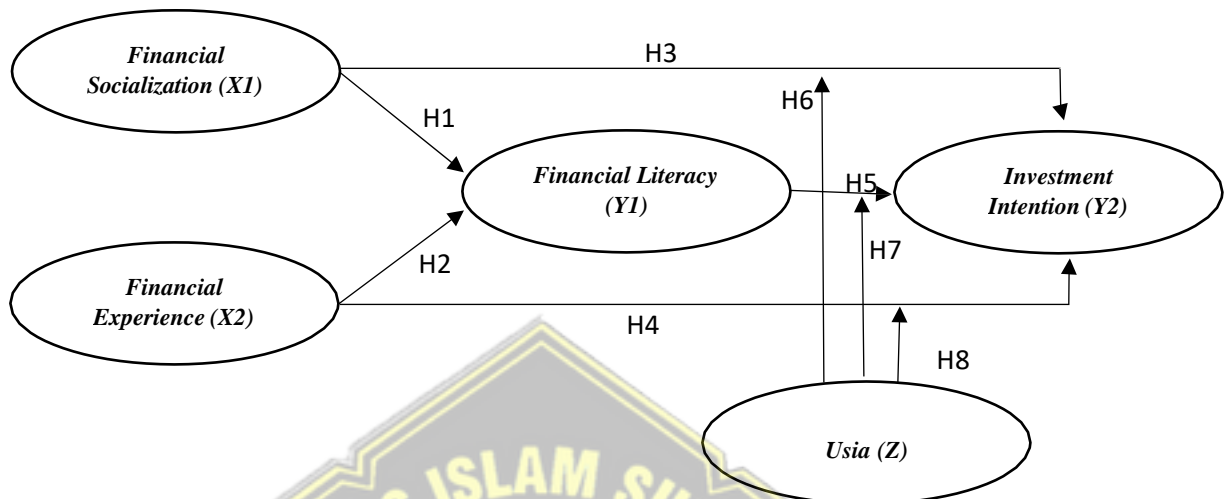
H7: usia memoderasi hubungan *financial literacy* terhadap *investment intention*

2.2.8. Usia memoderasi *financial experience* dengan *investment intention*

Semakin banyak pengalaman finansial yang dimiliki seseorang, semakin baik penilaian investasinya. Melakukan analisis investasi terlebih dahulu sebelum melakukan investasi untuk memastikan proses pengambilan keputusan investasi dapat berjalan dengan efisien (Suprasta & Nuryasman, 2020). Investor yang memiliki pengalaman berinvestasi tentu akan menjadi investor yang berpengetahuan luas. Pemilihan portofolio yang cenderung susah didasarkan pada pengalaman yang dimiliki investor sehingga mengetahui cara menanganinya. Sebagai hasil dari pengetahuan ini, investor mengambil keputusan sesuai dengan pertimbangan risiko dan keuntungan (Mutawally & Haryono, 2019). Sehingga dapat disimpulkan seseorang dengan usia lebih tua cenderung memiliki pengalaman yang banyak yang mampu meningkatkan niat untuk berinvestasi. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H8: usia memoderasi hubungan *financial experience* terhadap *investment intention*

2.3. Model Empirik Penelitian



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Teoritis



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *eksplantory* dengan penggunaan pendekatan kuantitatif. *Eksplantory* bisa dikatakan sebagai sebuah penelitian yang memiliki tujuan menjelaskan variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis dengan tujuan memeperkuat atau menolak penelitian yang sudah ada sebelumnya atau penelitian-penelitian terdahulu. Sedangkan penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang menggunakan angka dari pengumpulan data penelitian, penafsiran atau pengolahan data serta penampilan hasilnya. Penelitian ini akan menjelaskan mengenai apakah ada hubungan timbal balik atau berbalasan antar variabel yang akan diteliti, dan sejauh mana adanya pengaruh antara variabel independen yaitu *financial socialization* dan *financial experience* serta variabel dependen *investment literacy* dan *investment intention*.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel yang digunakan yaitu karyawan swasta di Kota Cikarang. Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive random sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel atau elemen secara acak tetapi memiliki kriteria-kriteria tertentu, dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Kriteria yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Karyawan perusahaan di Cikarang

2. Berusia lebih dari 20 tahun
3. Memiliki gaji diatas UMR

Berdasarkan metode tersebut untuk mengetahui besar sampel menggunakan teori Hair et al., (2014) beberapa pedoman penentuan besarnya ukuran sampel untuk SEM yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasar pada metode *maximum likelihood estimation*, besar sampel yang disarankan yaitu berkisar antara 100-200, dan minimum sampel sebesar 50.
- b. Sebanyak 5 hingga 10 kali jumlah parameter yang ada di dalam model.
- c. Jumlah indikator dari semua variabel dikali dengan 5 hingga 10 kali.

Penelitian ini memiliki 13 indikator, merujuk pada aturan poin ketiga diperlukan ukuran sampel minimal 10×13 atau sebesar 130. Berdasarkan hasil dari perhitungan, sampel tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 130 karyawan swasta di Kota Cikarang.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner maupun *survey*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, yaitu sumber data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya yang dilakukan langsung dengan metode *survey*. Metode *survey* ini merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden, dengan menggunakan pertanyaan yang ditulis dalam kuesioner. Sumber data primer ini yaitu sebaran kuesioner yang ditujukan kepada responden para karyawan swasta di Kota Cikarang.

3.4 Variabel dan Indikator

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator

No	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1	<i>Investment Intention</i> mengidentifikasi faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku dan untuk menunjukkan seberapa keras seseorang ingin berinvestasi	1. Ekspektasi 2. Rencana 3. Keinginan	Soderlund & Ohman (2003) dalam Felisya & Arifin, (2022)
2	<i>Financial Literacy</i> pengetahuan tentang keuangan dalam aspek lembaga keuangan dan konsep keuangan secara menyeluruh, serta kemampuan dalam memanfaatkan produk keuangan dan mengelola keuangan pribadi dalam rangka membuat keputusan jangka pendek maupun jangka panjang	1. Pengetahuan keuangan 2. Keterampilan 3. Keyakinan	Modifikasi (George et al., 2016) dan (Suyanti & Hadi, 2019)
3	<i>Financial Socialization</i> Merupakan sebuah proses belajar dan memajukan nilai, pengetahuan, norma, standar, sikap, dan perilaku yang mempromosikan kelayakan finansial	1. Lingkungan keluarga 2. Pendidikan 3. Teman dan social media	Modifikasi (Fulk & White, 2018) dan (Sundarasen et al., 2016)
4	<i>Financial Experience</i> merupakan kemampuan yang diperoleh dari suatu peristiwa yang dialami untuk mempertimbangkan suatu keputusan yang lebih bijak dan bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan.	1. Pernah menggunakan produk jasa keuangan 2. Pengalaman dalam produk jasa keuangan 3. Menggunakan tabungan/investasi dan kartu kredit	Modifikasi (Zhao & Zhang, 2021) dan (Diana & Lutfi, 2021)
5	Usia	Diukur dengan variabel dummy, yaitu jika terdapat	-

lamanya seseorang hidup dihitung dari tahun lahirnya sampai dengan ulang tahunnya yang terakhir	responden berumur <35 tahun maka memiliki nilai 1, jika lebih maka 0	
---	--	--

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan melalui data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui:

a) Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan sebuah pernyataan tertulis, yang digunakan sebagai alat untuk memperoleh sebuah informasi dari responden tentang suatu perihal yang diketahui oleh responden. Jenis kuesioner dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, dimana kuesioner ini telah disediakan oleh peneliti. Kuesioner ini diukur dengan menggunakan skala likert lima point yang dipakai peneliti untuk mendapatkan data mengenai *financial socialization*, *financial experience*, *financial literacy* dan *investment intention*. Kuesioner ini nantinya akan dibagikan melalui google form dan akan diisi oleh 130 karyawan swasta di Kota Cikarang.

Tabel 3. 2 Skoring Untuk Jawaban Kuesioner

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.6 Teknik Analisis

Teknik analisis yaitu sebuah proses dalam menganalisis data, yang diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dimanfaatkan bagi peneliti untuk keperluan penelitian, sehingga data tersebut perlu diproses dan dianalisa untuk diinterpretasikan nantinya, serta memberikan kemudahan bagi peneliti dalam membaca serta memahami data tersebut sebagai dasar serta acuan untuk pengambilan keputusan.

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistikk deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai asumsi responden terhadap variabel-variabel yang ada pada penelitian, gambaran tersebut berupa angka maksimum (max), minimum (min), rata-rata (average) serta standar deviasi (Ghozali, 2011).

3.6.2 Analisis SmartPLS

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SmartPLS versi 3. Metode penyelesaian yang digunakan yaitu metode *Struktural Equation Modeling* atau SEM, dimana metode ini lebih baik jika dibandingkan dengan teknik-teknik SEM lain. SEM mempunyai tingkat fleksibilitas yang tinggi, apalagi untuk penelitian yang menghubungkan antara teori dengan data, disamping itu mampu dilakukan analisis jalur dengan variabel-variabel yang ada didalam sebuah penelitian. PLS tidak berdasar pada asumsi-asumsi yang bertele-tele, sehingga metode analisis dikatakan cukup kuat. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, sampel yang digunakan tidak harus besar.

3.7 Model Pengukuran (Outer Model)

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk menilai sah tidaknya suatu kuesioner yang disebarkan kepada responden. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang diukur. Pengujian validitas menggambarkan seluruh item pertanyaan yang ada pada setiap variabel penelitian. Tahap uji validitas memiliki beberapa pengujian, antara lain *convergent validity*, *average variance extracted (AVE)*, dan *discriminant validity*.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diartikan sebagai sebuah rangkaian pengujian untuk menilai kehandalan dari item-item pernyataan yang digunakan. Uji ini dilakukan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan melalui *composite reliability*, variabel dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 (Sekaran, 2014).

3.8 Goodness of Fit (GOF)

Penelitian ini memiliki beberapa pengukuran yang digunakan untuk mengukur *goodness of fit*, yaitu SRMR, NFI dan RMS_Theta yang diuraikan dalam uraian dibawah ini:

3.8.1 SRMRN

SRMR merupakan mean perbedaan per *degree of freedom* yang diharapkan terjadi dalam populasi dan bukan dalam sampel $SRMR \leq 0,08$ adalah *good fit*, sedang $SRMR < 0,05$ adalah *close fit*.

3.8.2 Normed Fit Index (NFI)

Nilai *normed fit index* berkisar antara 0-1, semakin tinggi nilai yang didapat dalam sebuah uji yang dilakukan maka dikatakan model penelitian lebih baik. NFI $\geq 0,90$ berarti *good fit*, sedangkan $0,70 \leq \text{NFI} < 0,90$ adalah *marginal fit*.

3.8.3 RMS-Theta

Nilai RMS_theta apabila didapat $> 0,12$ dikatakan model yang pas (*good fit*), sedangkan nilai yang lebih rendah menunjukkan kurangnya kesesuaian (*marginal fit*).

3.9 Uji Model Struktural (Inner Model)

Analisis model struktural atau inner model digunakan untuk memprediksi kausalitas hubungan antar variabel yang diuji dalam model, inner model dalam penelitian ini terdiri dari;

3.9.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yaitu sebuah pengujian yang dilihat dari nilai variabel independen sebagai kekuatan dari prediksi model penelitian. Hasil pengujian R^2 digunakan sebagai dasar dalam menggambarkan tingkat pengaruh yang diberikan oleh variabel independen kepada variabel dependen. Berdasar (Hair et al., 2014) pengaruh dikatakan kuat apabila memiliki nilai 0,75, model di katakan moderat jika memiliki nilai 0,50 dan di katakan rendah jika memiliki nilai 0,25. Kesimpulannya yaitu semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka model yang diajukan dalam sebuah penelitian semakin baik.

3.9.2 Q^2 Predictive Relevance

Predictive relevance dilakukan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model penelitian serta estimasi parameternya. Nilai Q^2 lebih dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*, sedangkan nilai kurang dari 0 menunjukkan bahwa model tidak memiliki *predictive relevance* yang baik (Ghozali dan Latan, 2015).

3.10 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis *full model structural equation modeling* (SEM) dengan bantuan aplikasi smartPLS 3.0. Pada pengujian *full model structural equation modeling* selain mengkonfirmasi teori juga menjelaskan apakah terdapat hubungan antar variabel laten (Ghozali, 2012). Uji hipotesis disimpulkan dari nilai perhitungan *path coefisien* pada pengujian iner model. Apabila nilai T statistik lebih besar dari T tabel 1,96 (α 5%) diartikan bahwa hipotesis diterima.

Inner Model:

$$\eta_1 = \gamma_1\xi_1 + \gamma_2\xi_2 + \zeta_1$$

$$\eta_2 = \gamma_1\xi_1 + \gamma_2\xi_2 + \gamma_3\xi_3 + \zeta_1$$

Keterangan:

ξ = variabel independen

η = variabel dependen

λ_x = loading faktor variabel independen

λ_y = loading faktor variabel dependen

γ = koefisien pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

ζ = error



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

4.1.1 Distribusi Penyebaran Kuesioner

Responden penelitian ini yaitu karyawan swasta di Kota Cikarang. Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner secara tidak langsung melalui *googleform* kepada karyawan swasta di Kota Cikarang, kuesioner terkumpul sebesar 100% membutuhkan waktu kurang lebih satu minggu. Kuesioner yang disebar sebanyak 180 kuesioner, dan kuesioner yang kembali dan diolah sebesar 150 kuesioner. Secara terperinci dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner disebar	180
Kuesioner tidak kembali	30
Kuesioner digunakan	150
<i>Respon rate</i>	83%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 180 kuesioner yang disebar, kuesioner yang kembali dan dapat diolah sebesar 150 kuesioner dengan tingkat respon sebesar 83 persen.

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Identitas dari 150 responden dikelompokkan menjadi jenis kelamin, umur, masa kerja dan tingkat pendapatan.

Tabel 4. 2 Gender responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	88	59%
Perempuan	62	41%
	150	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4.2 yaitu gender responden, terdiri dari 88 responden (59%) dengan gender laki-laki dan 62 responden (41%) dengan gender perempuan. Hasil menunjukkan bahwa gender laki-laki lebih memiliki niat berinvestasi jika dibandingkan dengan gender perempuan.

Tabel 4. 3 Umur Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kurang dari 35 tahun	95	63%
Lebih dari 35 tahun	55	37%
	150	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 menjelaskan mengenai umur responden, yaitu: responden berumur kurang dari 35 tahun berjumlah 95 responden (63%) dan responden berumur lebih dari 35 tahun berjumlah 55 responden (37%). Sehingga disimpulkan responden dengan umur kurang dari 35 tahun memiliki niat berinvestasi yang lebih tinggi.

Tabel 4. 4 Tingkat Pendapatan Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Rp. 4.000.000 - Rp. 10.000.000	104	69%
Rp. 10.000.000 - Rp. 20.000.000	41	27%
> Rp. 20.000.000	5	4%
	150	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 tingkat pendapatan Rp. 4.000.000 - Rp. 10.000.000 dikatakan rendah, Rp. 10.000.000 - Rp. 20.000.000 sedang, dan diatas Rp. 20.000.000 dikatakan tinggi. Hasil penyebaran kuesioner diperoleh tingkat pendapatan Rp. 4.000.000 - Rp. 10.000.000 dengan jumlah 104 responden (69%), Rp. 10.000.000 - Rp. 20.000.000 berjumlah 41 responden (27%), dan diatas Rp. 20.000.000 dengan jumlah 5 responden (4%). Hasil menunjukkan Rp. 4.000.000 - Rp. 10.000.000 mendominasi hasil penelitian, sehingga diartikan dengan karyawan memiliki niat berinvestasi yang tinggi yaitu karyawan dengan pendapatan yang rendah.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang disajikan dalam instrument penelitian. Skala pengukuran menggunakan skor terendah 1 dan tertinggi dengan skor 5.

$$\text{Interval} = \frac{(\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal})}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$= (5 - 1)/3$$

$$= 1.33$$

Berdasarkan pada hitungan diatas, maka skor skala distribusi kriteria pendataan adalah kurang dari 2.33 dikatakan rendah, 2.33 - 3.67 dikatakan sedang dan lebih dari 3.67 dikatakan tinggi.

4.2.1. *Investment intention*

Investment intention pada penelitian ini memiliki tiga indikator yang dikembangkan dari penelitian Soderlund & Ohman (2003) dalam Felisya & Arifin (2022), indikator yang digunakan yaitu ekspektasi, rencana dan keinginan. Yang dijelaskan dalam tabel dan uraian dibawah ini:

Tabel 4. 5 *Investment intention*

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
II1	Ekspektasi	4,12	Tinggi
II2	Mengikuti investasi	4,23	Tinggi
II3	Rencana	3,71	Tinggi
II4	Keinginan berinvestasi	3,78	Tinggi
Total		3,96	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa mean dari variabel investment intention menunjukkan hasil yang tinggi yaitu sebesar 3,96. Hal ini dapat dikatakan bahwa karyawan memiliki niat untuk berinvestsi yang tinggi. Hasil tertinggi diperoleh indikator ekspektasi yaitu dengan item pertanyaan mengikuti investasi

untuk masa tua yang lebih aman dan mau ikut serta investasi karena melihat dari keuntungan yang akan didapatkan, sehingga disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki ingin masa tuanya terjamin dan mempunyai informasi mengenai keuntungan yang didapatkan ketika berinvestasi akan memiliki niat untuk berinvestasi yang tinggi.

4.2.2. *Financial Literacy*

Financial literacy pada penelitian ini memiliki tiga indikator yang dikembangkan dari penelitian George et al., (2016) dan Suyanti & Hadi, (2019), indikator *financial literacy* yaitu pengetahuan keuangan, keterampilan dan keyakinan, yang selanjutnya dijelaskan oleh tabel dibawah ini:

Tabel 4. 6 *Financial Literacy*

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
FL1	Saya mengetahui manfaat dan cara melakukan pengelolaan keuangan yang baik dan bijak	3,95	Tinggi
FL2	Saya mengetahui manfaat dan cara menyusun rencana anggaran keuangan	3,89	Tinggi
FL3	Saya memahami dan lebih bijaksana dalam menggunakan uang, investasi dan mengasuransikan keuangan dengan baik untuk masa akan datang	3,77	Tinggi
FL4	Saya merasa mampu mengelola investasi dan bisnis yang saya akan lakukan dengan baik	3,79	Tinggi
Total		3,85	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa mean dari variabel *financial literacy* menunjukkan hasil yang tinggi yaitu 3,85. Indikator yang memiliki nilai tertinggi yaitu mengetahui manfaat dan cara melakukan pengelolaan keuangan yang baik dan bijak dan mengetahui manfaat hingga cara menyusun rencana anggaran keuangan, sehingga disimpulkan responden yang mengetahui cara mengelola keuangan dan mampu membuat rencana anggaran keuangan lebih memiliki niat berinvestasi jika dibandingkan dengan seseorang yang tidak memiliki kemampuan tersebut.

4.2.3. *Financial experience*

Financial experience pada penelitian ini memiliki tiga indikator, memodifikasi dari penelitian Zhao & Zhang, (2021) dan Diana & Lutfi, (2021) yaitu pernah menggunakan produk jasa keuangan, pengalaman dalam produk jasa keuangan dan menggunakan produk keuangan perbankan hingga sekarang. Produk keuangan yang dimaksud yaitu tabungan, digital wallet, hingga asuransi, hal tersebut dijelaskan lebih detail pada tabel dan uraian dibawah ini:

Tabel 4. 7 *Financial experience*

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
FE1	Saya pernah menggunakan produk jasa keuangan	3,32	Sedang
FE2	Saya sering menggunakan produk jasa keuangan	3,51	Sedang
FE3	Saya menggunakan produk keuangan seperti tabungan sampai sekarang	3,87	Tinggi
	Total	3,57	Sedang

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa mean dari variabel *financial experience* menunjukkan hasil yang sedang yaitu 3,57. Indikator yang memiliki nilai tertinggi adalah menggunakan produk keuangan seperti tabungan sampai sekarang. Sehingga disimpulkan seseorang yang menggunakan produk keuangan perbankan lebih memiliki niat untuk berinvestasi

4.2.4. *Financial socialization*

Financial socialization pada penelitian ini memiliki tiga indikator, memodifikasi dari penelitian Fulk & White, (2018) dan Sundarasen et al., (2016) yaitu lingkungan keluarga, pendidikan dan teman dan sosial media. Hal tersebut dijelaskan lebih detail pada tabel dan uraian dibawah ini:

Tabel 4. 8 *Financial socialization*

Kode	Pertanyaan	Mean	Kriteria
FS1	Saya mendapatkan pengetahuan mengenai keuangan melalui keluarga	3,48	Sedang
FS2	Saya mendapatkan pengetahuan mengenai keuangan melalui Pendidikan formal di sekolah/kampus	3,49	Sedang
FS3	Saya mendapatkan pengetahuan mengenai keuangan melalui media sosial	3,88	Tinggi
Total		3,62	Sedang

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 mean variabel *financial socialization* menunjukkan hasil 3,62 yang berarti memiliki nilai sedang. Nilai tertinggi didapatkan oleh indikator mendapatkan pengetahuan mengenai keuangan melalui media sosial,

dapat disimpulkan bahwa responden yang aktif bersosial media cenderung memiliki kesempatan untuk mendapat informasi mengenai investasi sehingga niat investasi lebih besar.

4.2.5. Usia

Usia pada penelitian ini diukur menggunakan variabel dummy, yaitu apabila responden berumur kurang dari 35 tahun maka memiliki nilai 1, apabila lebih maka 0. Hal tersebut dijelaskan lebih detail pada tabel dan uraian dibawah ini:

Tabel 4. 9 Usia

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kurang dari 35 tahun	95	63%
Lebih dari 35 tahun	55	37%
	150	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa responden yang berusia kurang dari 35 tahun lebih banyak dibanding dengan responden berusia diatas 35 tahun. Sehingga disimpulkan seseorang yang berusia kurang dari 35 tahun memiliki niat berinvestasi yang tinggi jika dibandingkan dengan seseorang berusia diatas 35 tahun.

4.3 Analisis Data

Analisis PLS SmartPLS 3.0 menggunakan dua sub-model: pengukuran model luar untuk uji validitas dan reliabilitas, dan pengukuran model dalam untuk uji kualitas atau pengujian hipotesis. Langkah-langkah ini digunakan dalam analisis data dan pengujian model penelitian ini.

4.3.1 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model dilakukan untuk menggambarkan uji validitas dan reliabilitas. Evaluasi model pengukuran dengan *convergent validity*, *internal consistency*, dan *discriminant validity*.

4.3.1.1 Convergent Validity

Pembebanan luar dan meter AVE menunjukkan validitas konvergensi. Jika nilai outer loading lebih besar dari 0,7 maka model dianggap sempurna, hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk dapat diandalkan. Sedangkan sebuah konstruk biasanya dapat menjelaskan setidaknya 50% varian item dengan nilai AVE lebih tinggi dari 0,5.

Tabel 4. 10 Hasil convergent validity

Variabel	Indikator	Outer loading	AVE
Investment Intention	II1	0,880	0,677
	II2	0,834	
	II3	0,749	
	II4	0,823	
Financial Literacy	FL1	0,864	0,759
	FL2	0,887	
	FL3	0,865	
	FL4	0,867	
Financial Socialization	FS1	0,878	0,810
	FS2	0,916	
	FS3	0,905	
Financial Experience	FE1	0,861	0,666
	FE2	0,861	

	FE3	0,718	
Usia	U	1	1

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

4.3.1.2 Internal Consistency Reliability

Internal consistency reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.7 dan nilai *composite reliability* lebih dari 0.7.

Tabel 4. 11 Hasil internal consistency reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Investment Intention	0,840	0,893
Financial Literacy	0,894	0,926
Financial Experience	0,745	0,856
Financial Socialization	0,891	0,928
Usia	1,000	1,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

4.3.1.3 Discriminant Validity

Discriminant validity perlu dilakukan untuk menguji sejauh mana konstruk penelitian benar-benar berbeda dari konstruk lain sesuai dengan standar empiris. Uji validitas pada penelitian ini diukur dengan *Fornell-Larcker matrix* dan HTMT (*heterotraitmonotrait ratio of correlation*). *Fornell-Larkcer*, suatu variabel laten dinilai memenuhi validitas deskriminan jika nilai *root of AVE square* (diagonal) lebih besar dari semua nilai variabel laten tersebut dan nilai HTMT kurang dari 1.

Tabel 4. 12 Hasil *fornell-larcker matrix*

	Investmen Intention	Financial Literacy	Financial Experience	Financial Socialization	Usia
Investmen Intention					
Financial Literacy	0,684				
Financial Experience	0,130	0,528			
Financial Socialization	0,173	0,195	0,358		
Usia	0,063	0,034	0,046	0,042	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4. 13 Hasil HTMT

Variabel	HTMT < 1
Investmen Intention	Yes
Financial Literacy	Yes
Financial Experience	Yes
Financial Socialization	Yes
Usia	Yes

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Hasil pengujian model PLS Algorithm run 1, menunjukkan bahwa nilai *outer loading* semua indikator variabel memiliki nilai lebih dari 0.7 dan nilai HTMT kurang dari 1. Dapat diartikan semua indikator pada variabel penelitian ini bersifat valid, dan tidak ada indikator yang harus dieliminasi.

4.3.2 *Goodness of Fit (GOF)*

Dalam SmartPLS, terdapat beberapa ukuran yang dapat digunakan untuk mengukur *goodness of fit*, yaitu SRMR, NFI dan RMS-Theta.

4.3.2.1 SRMR

SRMR merupakan mean perbedaan per *degree of freedom* yang diharapkan terjadi dalam populasi dan bukan dalam sampel. $SRMR \leq 0,08$ adalah *good fit*, sedang $SRMR < 0,05$ adalah *close fit*. Pada penelitian ini hasil menunjukkan bahwa model penelitian fit, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 14 Hasil Uji SRMR

Saturated Model	Estimated Model	Keterangan
0,071	0,071	Good fit

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

4.3.2.2 Normed Fit Index (NFI)

Nilai *normed fit index* berkisar antara 0-1, semakin tinggi nilai yang didapat dalam sebuah uji yang dilakukan maka dikatakan model penelitian lebih baik. $NFI \geq 0,90$ berarti *good fit*, sedangkan $0,70 \leq NFI < 0,90$ adalah *marginal fit*. Hasil pada uji ini menunjukkan nilai *marginal fit*, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Normed Fit Index

Saturated Model	Estimated Model	Keterangan
0,710	0,711	<i>Marginal fit</i>

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

4.3.2.3 RMS-Theta

Nilai RMS_theta apabila didapat $> 0,12$ dikatakan model yang pas (*good fit*), sedangkan nilai yang lebih rendah menunjukkan kurangnya kesesuaian (*marginal fit*). Hasil dari uji RMS Theta menunjukkan hasil *good fit*, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 16 Hasil Uji RMS Theta

RMS_theta	Keterangan
0,183	<i>Good fit</i>

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

4.3.3 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural memiliki tujuan untuk memprediksi ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Hasil dari analisis model struktural dilihat dari besarnya *coefficient of determination (R-square)* untuk konstruk dependen, *effect size (F-square)*, *predictive relevance (Q-square)*, dan Uji Hipotesis.

4.3.3.1 *Coefficient of Determination (R-square)*

Nilai *R-square* 0.75 menunjukkan pengaruh kuat, 0.50 menunjukkan pengaruh moderat dan 0.25 menunjukkan pengaruh lemah. Hasil uji *R-square* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 17 Hasil Uji R-square

	R Square	R Square Adjusted
Investment Intention	0,514	0,490
Financial Literacy	0,277	0,267

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Hasil *Coefficients of Determination* pada tabel 4.17 menunjukkan nilai R-square dari variabel *financial literacy* (0,277), hasil tersebut menunjukkan kemampuan yang rendah dalam memprediksi model. Dapat dikatakan bahwa pengaruh *financial experience* dan *financial socialization* terhadap *financial literacy* memberikan nilai sebesar 0,277, dapat diinterpretasikan bahwa variabel

konstruk *financial literacy* yang dapat dijelaskan oleh variabel konstruk *financial experience* dan *financial socialization* adalah sebesar 27.7%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kemudian variabel *investment intention* menunjukkan kemampuan moderat sebesar 0,514, dapat dikatakan bahwa variabel *financial experience*, *financial socialization* dan *financial literacy* dapat menjelaskan *investment intention* sebesar 51.5% dan sisanya dijelaskan variabel lain diluar penelitian.

4.3.3.2 Effect Size (f-Square)

Effect size atau *f-square* menggambarkan seberapa tingkat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan kriteria (0.02 berarti lemah, 0.15 moderat, dan 0.35 yang memiliki arti kuat).

Tabel 4. 18 Hasil uji f-square

	Investmen Intention	Financial Literacy
Investmen Intention		
Financial Literacy	0,976	
Financial Experience	0,174	0,337
Financial Socialization	0,237	0,128

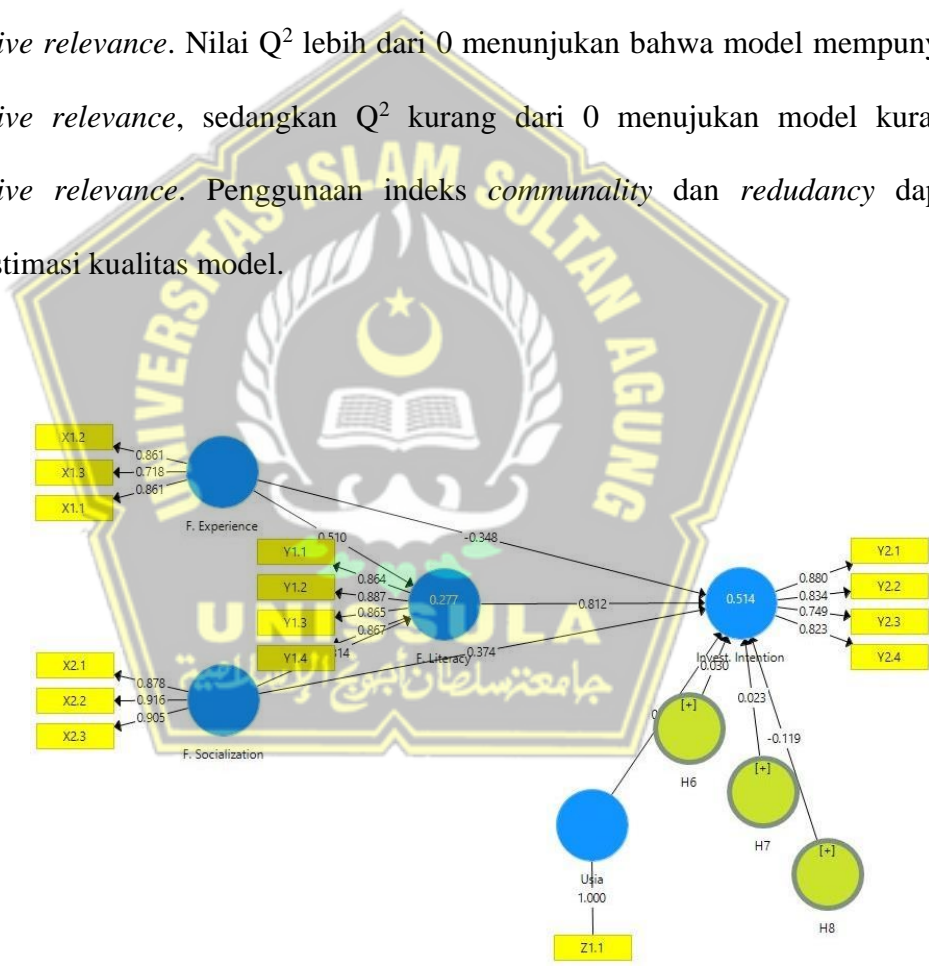
Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.18, menggambarkan pengaruh variabel independen *financial experience* memberikan pengaruh (0.337 = kuat) terhadap variabel *financial literacy*, variabel independen *financial socialization* memberikan pengaruh (0.128 = lemah) terhadap variabel *financial literacy*, variabel independen *financial experience* memberikan pengaruh (0.174 = moderat) terhadap variabel

investment intention, variabel independen *financial socialization* memberikan pengaruh (0.237 = moderat) terhadap variabel *investment intention*, dan variabel independen *financial literacy* memberikan pengaruh (0.976 = kuat) terhadap variabel *investment intention*.

4.3.3.3 Predictive Relevance (Q-square)

Cross-validated Redudancy yaitu sebuah pengujian untuk menguji *predictive relevance*. Nilai Q^2 lebih dari 0 menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan Q^2 kurang dari 0 menunjukkan model kurang *predictive relevance*. Penggunaan indeks *communality* dan *redudancy* dapat mengestimasi kualitas model.



Gambar 4.1 Predictive relevance

Tabel 4. 19 Hasil uji Q-square

Variabel	CV Communality	CV Redundancy
----------	----------------	---------------

Investmen Intention	0,452	0,324
Financial Literacy	0,580	0,195
Financial Experience	0,332	
Financial Socialization	0,572	
Usia	1	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Hasil penelitian dapat dilihat pada gambar 4.1 dan tabel 4.19, dapat dilihat bahwa nilai *Q-square* semua variabel lebih dari 0 yang artinya model mempunyai *predictive relevance*. Penelitian ini memberikan validitas model prediktif sehingga dapat disimpulkan model sesuai atau fit model karena semua variabel laten mempunyai nilai *cross-validation redundancy* dan *communality* positif lebih dari 0.

4.3.3.4 Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Bootstrapping merupakan sebuah prosedur non-parametrik yang menguji signifikansi statistik dari berbagai hasil PLS SEM seperti koefisien jalur, nilai *Cronbach's alpha*, HTMT, dan R^2 .

Nilai P dan nilai t dalam suatu pengujian dapat digunakan untuk menentukan signifikansi hipotesis, dan nilai-nilai ini dapat ditemukan dengan menggunakan pendekatan bootstrapping dalam tabel koefisien rute dan efek tidak langsung tertentu. Koefisien jalur dikatakan signifikan bila nilai original sampel positif, nilai t-statistik lebih dari 1,98 dengan menggunakan kriteria nilai signifikansi p value kurang dari 0,05 dan nilai signifikansi 5%.

Hasil uji signifikansi pada setiap hipotesis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 20 Hasil uji signifikansi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Financial Socialization -> Financial Literacy	-0,314	-0,285	0,133	2,356	0,019
Financial Experience -> Financial Literacy	0,510	0,502	0,088	5,797	0,000
Financial Socialization -> Investment Intention	0,374	0,367	0,081	4,595	0,000
Financial Experience -> Investment Intention	-0,348	-0,349	0,084	4,138	0,000
Financial Literacy -> Investment Intention	0,812	0,798	0,071	11,466	0,000
Financial Socialization*usia -> Investment Intention	0,030	0,032	0,058	0,512	0,609
Financial Literacy*usia -> Investment Intention	0,023	0,020	0,069	0,339	0,734
Financial Experience*usia -> Investment Intention	-0,119	-0,126	0,094	1,271	0,204
Financial Experience -> Financial Literacy -> Investment Intention	0,414	0,402	0,086	4,815	0,000
Financial Socialization -> Financial Literacy -> Investment Intention	-0,255	-0,231	0,109	2,348	0,019

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dilihat dari tabel 4.20, semua hipotesis menunjukkan hasil yang signifikan, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 4. 21 Kesimpulan hasil uji hipotesis

	Jalur	Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
H1	Financial Socialization -> Financial Literacy	Positif signifikan	Negatif signifikan	Ditolak
H2	Financial Experience -> Financial Literacy	Positif signifikan	Positif signifikan	Diterima
H3	Financial Socialization -> Investment Intention	Positif signifikan	Positif signifikan	Diterima
H4	Financial Experience -> Investment Intention	Positif signifikan	Negatif signifikan	Ditolak
H5	Financial Literacy -> Investment Intention	Positif signifikan	Positif signifikan	Diterima
H6	Financial Socialization*usia -> Investment Intention	Memoderasi	Tidak signifikan	Ditolak
H7	Financial Literacy*usia -> Investment Intention	Memoderasi	Tidak signifikan	Ditolak
H8	Financial Experience*usia -> Investment Intention	Memoderasi	Tidak signifikan	Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil olah data pada Tabel 4.20 dan Tabel 4.21 di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Hasil uji hipotesis 1

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *financial socialization* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial literacy*.

Dengan nilai original sampel -0,314 dan *t values* 2.356 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan 0.019 < 0.05 maka H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial socialization* mempunyai hubungan negatif dan

signifikan terhadap *financial literacy*. Dengan demikian, hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *financial socialization* berpengaruh positif signifikan terhadap *financial literacy*, **ditolak**.

Hasil uji hipotesis 2

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *financial experience* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *financial literacy*. Dengan nilai original sampel 0,510 dan *t values* 5.797 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan $0.000 < 0.05$ maka H0 ditolak dan H2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial experience* mempunyai hubungan positif signifikan terhadap *financial literacy*. Dengan demikian, hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *financial experience* berpengaruh positif signifikan terhadap *financial literacy*, **diterima**.

Hasil uji hipotesis 3

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel *financial socialization* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,374 dan *t values* 4.595 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan $0.000 < 0.05$ maka H0 ditolak dan H3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial socialization* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *financial socialization* berpengaruh positif signifikan terhadap *investment intention*, **diterima**.

Hasil pengujian tidak langsung variabel *financial socialization* terhadap *investment intention* melalui *financial literacy* menunjukkan hasil nilai *t values* 2.348 > 1.98

dengan *p values* menunjukkan $0.019 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa *financial socialization* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*.

Hasil uji hipotesis 4

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa variabel *financial experience* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *investment intention*.

Dengan nilai original sampel $-0,348$ dan *t values* $4.138 > 1.98$ dengan *p values* menunjukkan $0.000 < 0.05$ maka H_0 diterima dan H_4 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial experience* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan demikian, hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *financial experience* berpengaruh positif signifikan terhadap *investment intention*, **ditolak**.

Hasil pengujian tidak langsung variabel *financial experience* terhadap *investment intention* melalui *financial literacy* menunjukkan hasil nilai original sampel $0,414$ dan *t values* $4.815 > 1.98$ dengan *p values* menunjukkan $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa *financial experience* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*.

Hasil uji hipotesis 5

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel $0,812$ dan *t values* $11.466 > 1.98$ dengan *p values* menunjukkan $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_5 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* mempunyai hubungan positif dan signifikan

terhadap *investment intention*. Dengan demikian, hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *investment intention*, **diterima**.

Hasil uji hipotesis 6

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa variabel usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial socialization* terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,030 dan *t values* $0.512 < 1.98$ dengan *p values* menunjukkan $0.609 > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_6 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial socialization* terhadap *investment intention*. Dengan demikian, hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini yaitu usia memoderasi hubungan antara *financial socialization* terhadap *investment intention*, **ditolak**.

Hasil uji hipotesis 7

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa variabel usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial literacy* terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,023 dan *t values* $0.339 < 1.96$ dengan *p values* menunjukkan $0.734 > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_7 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial literacy* terhadap *investment intention*. Dengan demikian, hipotesis ketujuh yang diajukan dalam penelitian ini yaitu usia memoderasi hubungan antara *financial literacy* terhadap *investment intention*, **ditolak**.

Hasil uji hipotesis 8

Hasil pengujian hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa variabel usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial experience* terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel $-0,119$ dan $t\ values\ 1.271 < 1.98$ dengan $p\ values$ menunjukkan $0.204 < 0.05$ maka H_0 diterima dan H_8 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial experience* terhadap *investment intention*. Dengan demikian, hipotesis kedelapan yang diajukan dalam penelitian ini yaitu usia memoderasi hubungan antara *financial experience* terhadap *investment intention*, **ditolak**.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1. Pengaruh *financial socialization* terhadap *financial literacy*

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *financial socialization* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial literacy*. Dengan nilai original sampel $-0,314$ dan $t\ values\ 2.356 > 1.98$ dengan $p\ values$ menunjukkan $0.019 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial socialization* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap *financial literacy*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial socialization* yang didapatkan seseorang mampu mempengaruhi *financial literacy*. Namun sosialisasi keuangan tidak dapat menjadi salah satu cara untuk memperoleh literasi keuangan. Proses yang disebut sebagai agen sosialisasi keuangan ini dapat diperoleh melalui lingkungan internal maupun eksternal namun tidak mampu meningkatkan literasi keuangan.

Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian Suyanto & Setiawan, (2021) dan Ameliawati & Setiyani, (2018) yang menyatakan bahwa *financial socialization* berpengaruh positif terhadap *financial literacy*. Literasi dapat diperoleh melalui sosialisasi keuangan, semakin banyak mendapatkan sosialisasi keuangan maka semakin besar tingkat literasi seseorang (Ameliawati & Setiyani, 2018). *Theory of Planned Behavior* juga tidak mampu menjelaskan hubungan antara *financial socialization* dengan *financial literacy*, karena seseorang yang cenderung bertindak sesuai dengan intensi dan persepsi pengendalian melalui perilaku tertentu, dimana intensi dipengaruhi oleh tingkah laku, norma subjektif serta pengendalian perilaku. Sehingga disimpulkan, informasi yang telah diterima oleh seseorang tidak mampu meningkatkan literasi mengenai keuangan.

4.4.2. Pengaruh *financial experience* terhadap *financial literacy*

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *financial experience* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *financial literacy*. Dengan nilai original sampel 0,510 dan *t values* 5.797 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan 0.000 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial experience* mempunyai hubungan positif signifikan terhadap *financial literacy*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial experience* yang dimiliki seseorang mampu meningkatkan *financial literacy*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhao & Zhang, (2021) dan Tanuwijaya & Setyawan, (2021) menyatakan bahwa *financial experience* berpengaruh positif terhadap *financial literacy*. Literasi kemungkinan besar terkait dengan pengalaman

keuangan (Monsura, 2020). Mereka yang memiliki lebih banyak pengalaman keuangan harus menunjukkan pengetahuan keuangan yang lebih besar (Suyanto & Setiawan, 2021).

Seseorang dengan pengalaman keuangan yang positif akan memiliki literasi yang memadai untuk sampai pada keputusan keuangan yang masuk akal di masa depan, seperti niat untuk melakukan investasi. Pengalaman keuangan merupakan faktor penting dalam mengukur tingkat literasi seseorang, juga tidak akan ada artinya seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi tanpa pengalaman keuangan yang memadai (Tanuwijaya & Setyawan, 2021). Seseorang yang telah memiliki pengalaman keuangan yang banyak akan memiliki tingkat literasi yang baik, namun sebaliknya jika seseorang belum banyak memiliki pengalaman keuangan maka tingkat literasi yang dimiliki masih rendah.

4.4.3. Pengaruh *financial socialization* terhadap *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel *financial socialization* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,374 dan *t values* 4.595 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan 0.000 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial socialization* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial socialization* yang didapatkan seseorang mampu meningkatkan niat seseorang untuk berinvestasi. Sejalan dengan penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) dan

Suyanto & Setiawan (2021) bahwa *financial socialization* berpengaruh positif terhadap *investment intention*. Untuk meningkatkan angka investasi di pasar modal tentunya harus ada sosialisasi pengetahuan tentang produk di pasar modal, sosialisasi ini dapat berasal dari lingkungan sekitar atau instansi yang berkepentingan, sosialisasi ini bermanfaat agar masyarakat dapat berpikir bahwa berinvestasi di pasar modal itu mudah dan murah (Natsir & Arifin, 2021).

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan *theory planned behavior*, pencapaian perilaku bergantung pada motivasi dan kemampuan kontrol perilaku diri, sehingga seseorang yang mendapatkan dan mengolah mendapatkan informasi melalui sosialisasi dapat menimbulkan perilaku. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keluarga, teman sebaya, sekolah, dan media semuanya adalah agen sosialisasi konsumen yang signifikan, dan bahwa setiap agen bekerja secara berbeda sepanjang siklus hidup. Seseorang yang sering mengikuti sosialisasi mengenai perencanaan keuangan, membaca informasi baik di media cetak atau internet menjadikan seseorang lebih luas dalam berfikir. Terlebih mengenai investasi yang mana di pasar keuangan memiliki beraneka ragam produk yang dijual, sehingga seseorang harus memiliki bekal sebelum berinvestasi.

4.4.4. Pengaruh *financial experience* terhadap *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa variabel *financial experience* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel -0,348 dan *t values* 4.138 > 1.98 dengan *p values*

menunjukkan $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial experience* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap *investment intention*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial experience* yang dimiliki seseorang mampu mempengaruhi niat seseorang untuk berinvestasi. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) dan Zhao & Zhang (2021) yang menyatakan bahwa *financial experience* berpengaruh positif terhadap *investment intention*. *Theory planned behavior* juga tidak mampu menjelaskan hasil penelitian ini, dimana intensi dipengaruhi oleh tingkah laku, norma subjektif serta pengendalian perilaku, sehingga pengalaman yang timbul dari tingkah laku masa lalu mampu meningkatkan niat berinvestasi.

Pengalaman keuangan sebagai perilaku belajar seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya, sehingga seseorang yang memiliki pengalaman keuangan yang cukup dapat berperilaku lebih bijak dalam mengelola keuangannya dibanding orang lain (Ameliawati & Setiyani, 2018). Akan tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman keuangan tidak dapat menjadi faktor yang berhubungan dengan perilaku pengelolaan keuangan. Pengalaman dimaksud dalam pengalaman keuangan ini tidak dapat dijadikan input sebagai seseorang untuk melakukan investasi, dengan kata lain seseorang yang memiliki pengalaman dalam menggunakan produk keuangan cenderung tidak berlanjut melakukan investasi karena sudah mengetahui celah baik buruknya produk investasi.

4.4.5. Pengaruh *financial literacy* terhadap *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,812 dan *t values* 11.466 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial literacy* yang dimiliki seseorang mampu meningkatkan niat seseorang untuk berinvestasi. Sejalan dengan penelitian (Andriani et al., 2019; Suyanto & Setiawan, 2021; Zhao & Zhang, 2021) bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *investment intention*. Pengetahuan tentang pasar modal sangat berguna untuk meminimalisir resiko dalam berinvestasi. Pengetahuan tentang produk pasar modal penting bagi seorang investor karena dapat mempengaruhi niat berinvestasi (Natsir & Arifin, 2021).

Penelitian Raihana & Dewi, (2022) mengatakan bahwa taraf hidup seseorang dapat meningkat apabila memiliki tingkat pengelolaan keuangan yang baik dan didukung dengan literasi mengenai keuangan yang baik. Zhao & Zhang (2021) menyarankan bahwa literasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penilaian terkait investasi individu ketika membuat keputusan investasi. Banyak penelitian sebelumnya telah memberikan bukti bahwa pengetahuan keuangan objektif merupakan penentu penting dalam niat dan perilaku investasi. Akhtar & Das (2019) menemukan bahwa pengetahuan keuangan objektif memiliki hubungan positif yang signifikan dengan niat investasi di pasar saham. Studi tersebut menemukan bahwa orang yang melek finansial dan mengetahui perbedaan antara

reksa dana dan saham bersedia mengambil risiko selama proses pengambilan keputusan investasi (Andriani et al., 2019).

Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung terlibat dalam pasar keuangan dan melakukan investasi saham (Suprasta & Nuryasman, 2020). Literasi mempengaruhi minat investasi seorang investor, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini karena kajian atau pembahasan literasi investasi mencakup beberapa faktor penting yang harus diperhatikan saat melakukan investasi, seperti risiko kerugian, perkiraan keuntungan, dll. Selain itu, ketika seorang investor memahami kegiatan proses investasi secara mendalam melalui literasi investasi, ia dapat mempengaruhi keputusan investasi.

4.4.6. Usia memoderasi *financial socialization* dengan *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa variabel usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial socialization* terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,030 dan *t values* $0.512 < 1.98$ dengan *p values* menunjukkan $0.609 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial socialization* terhadap *investment intention*. Pengujian langsung pengaruh *financial socialization* terhadap *investment intention* menunjukkan hasil positif dan signifikan, sehingga apabila *financial socialization* seseorang meningkat maka akan meningkatkan *investment intention*. Namun pengaruh moderasi usia menunjukkan hasil yang tidak signifikan, sehingga tingginya nilai usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial*

socialization dengan *investment intention*. Begitu sebaliknya, menurunnya nilai usia tidak mampu menurunkan pengaruh *financial socialization* terhadap *investment intention*.

Seseorang yang sering mengikuti sosialisasi mengenai perencanaan keuangan, membaca informasi baik di media cetak atau internet menjadikan seseorang lebih luas dalam berfikir. Untuk meningkatkan angka investasi di pasar modal tentunya harus ada sosialisasi pengetahuan tentang produk di pasar modal, sosialisasi ini dapat berasal dari lingkungan sekitar atau instansi yang berkepentingan, sosialisasi ini bermanfaat agar masyarakat dapat berpikir bahwa berinvestasi di pasar modal itu mudah dan murah (Natsir & Arifin, 2021). Seseorang dengan usia lebih tua cenderung memiliki waktu lebih banyak dalam mendapatkan sosialisasi mengenai keuangan, sehingga mampu meningkatkan niat dalam berinvestasi. Pada kenyataannya hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usia tidak mampu meningkatkan sosialisasi keuangan terhadap meningkatnya niat berinvestasi pada kalangan pekerja.

4.4.7. Usia memoderasi *financial literacy* dengan *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa variabel usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial literacy* terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,023 dan *t values* $0.339 < 1.96$ dengan *p values* menunjukkan $0.734 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial literacy* terhadap *investment intention*. Pengaruh moderasi usia menunjukkan hasil yang tidak signifikan,

sehingga tingginya nilai usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial literacy* dengan *investment intention*. Begitu sebaliknya, menurunnya nilai usia tidak mampu menurunkan pengaruh *financial literacy* terhadap *investment intention*. Generasi *baby boomer* cenderung lebih rentan dan berisiko dalam mengambil keputusan investasi karena akses terhadap pengetahuan terkait literasi keuangan akan mudah didapat pada kelompok generasi yang hidup melalui kemajuan teknologi (Baihaqqy, 2022).

Penelitian Elango & Ajah, (2023) mengungkapkan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi, artinya orang yang melek finansial akan memiliki peluang lebih besar untuk memiliki niat berinvestasi di pasar saham, namun pengaruh literasi keuangan terhadap niat investasi pada generasi Z menunjukkan pengaruh yang lemah. Kim et al., (2019) juga menunjukkan bahwa milenial dengan tingkat literasi objektif yang lebih tinggi lebih cenderung memiliki investasi.

4.4.8. Usia memoderasi *financial experience* dengan *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa variabel usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial experience* terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel -0,119 dan *t values* $1.271 < 1.98$ dengan *p values* menunjukkan $0.204 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial experience* terhadap *investment intention*. Semakin banyak pengalaman finansial yang dimiliki seseorang, semakin baik penilaian investasinya. Namun pengaruh moderasi usia menunjukkan hasil

yang tidak signifikan, sehingga tingginya nilai usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial experience* dengan *investment intention*. Begitu sebaliknya, menurunnya nilai usia tidak mampu menurunkan pengaruh *financial experience* terhadap *investment intention*.

Investor yang memiliki pengalaman berinvestasi tentu akan menjadi investor yang berpengetahuan luas. Melakukan analisis investasi terlebih dahulu sebelum melakukan investasi untuk memastikan proses pengambilan keputusan investasi dapat berjalan dengan efisien (Suprasta & Nuryasman, 2020). Pemilihan portofolio yang cenderung susah didasarkan pada pengalaman yang dimiliki investor sehingga mengetahui cara menanganinya. Sebagai hasil dari pengetahuan ini, investor mengambil keputusan sesuai dengan pertimbangan risiko dan keuntungan (Mutawally & Haryono, 2019). Pengujian langsung pengaruh *financial experience* terhadap *investment intention* menunjukkan hasil positif signifikan, namun peran usia tidak mampu meningkatkan pengaruh *financial experience* terhadap *investment intention*. Sehingga disimpulkan pengalaman keuangan dikalangan tua dan muda tidak berpengaruh pada meningkatnya niat untuk berinvestasi di kalangan pekerja.

4.4.9. *Financial socialization* terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*

Pengujian tidak langsung antara *financial socialization* terhadap *investment intention* melalui *financial literacy* menunjukkan hasil nilai original sampel -0,255

t values 2.348 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan 0.019 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa *financial socialization* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*. Pengujian langsung *financial socialization* terhadap *investment intention* menunjukkan hasil yang lebih tinggi, yang menunjukkan bahwa peningkatan *financial socialization* yang didapatkan seseorang mampu meningkatkan niat untuk berinvestasi. Namun pengujian tidak langsung menunjukkan hasil yang negatif signifikan, sehingga pengaruh *financial socialization* terhadap *investment intention* tidak menunjukkan hasil lebih tinggi apabila melalui *financial literacy*. Seseorang yang mendapatkan sosialisasi mengenai keuangan dapat mempengaruhi literasi keuangan yang selanjutnya dapat menimbulkan niat untuk berinvestasi, namun hasilnya menurun jika dibandingkan dengan pengaruh langsung.

4.4.10. Financial experience terhadap investment intention melalui financial literacy

Hasil pengujian tidak langsung variabel *financial experience* terhadap *investment intention* melalui *financial literacy* menunjukkan hasil nilai original sampel 0,414 dan *t values* 4.815 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan 0.000 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa *financial experience* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*. Hasil pengujian menunjukkan lebih baik jika disbanding dengan hasil pengujian langsung *financial experience* terhadap *investment intention* yang menunjukkan hasil *negative signifikan*. Sehingga hasil pengujian tidak langsung *financial experience*

terhadap *investment intention* melalui *financial literacy* lebih tinggi. Seseorang yang memiliki pengalaman keuangan pada lembaga penyedia layanan keuangan (perbankan) seperti tabungan, digital wallet hingga asuransi berpengaruh terhadap niat investasi apabila seseorang juga memiliki literasi keuangan yang baik.



BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Financial socialization* berpengaruh negatif signifikan terhadap *financial literacy*, hal ini karena jika seseorang lebih sering mengikuti sosialisasi mengenai keuangan maka literasi keuangannya juga akan mengalami penurunan.
2. *Financial experience* berpengaruh positif signifikan terhadap *financial literacy*, seseorang yang pernah menggunakan layanan keuangan perbankan akan meningkatkan literasi keuangannya. Sehingga semakin tinggi tingkat pengalaman keuangan seseorang maka literasi keuangannya juga semakin meningkat.
3. *Financial socialization* berpengaruh positif signifikan terhadap *investment intention*, seseorang yang mengikuti dan mendapatkan sosialisasi mengenai keuangan cenderung memiliki pemikiran mengenai keuangan yang baik sehingga niat untuk berinvestasi meningkat.
4. *Financial experience* berpengaruh negatif signifikan terhadap *investment intention*, seseorang yang memiliki pengalaman keuangan yang tinggi akan menurunkan minat untuk berinvestasi karena telah mengetahui keuntungan yang akan didapat ketika berinvestasi.

5. *Financial socialization* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*. Hasil menunjukkan penurunan, hasil lebih tinggi didapat pada pengujian langsung *financial socialization* terhadap *investment intention*. Sehingga disimpulkan seseorang yang mendapatkan sosialisasi mengenai keuangan tidak dapat meningkatkan literasi keuangan yang selanjutnya dapat berpengaruh niat untuk berinvestasi.
6. *Financial experience* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*. Hasil pengujian tidak langsung menunjukkan hasil yang lebih tinggi dari pengujian pengaruh langsung. Sehingga disimpulkan seseorang yang memiliki pengalaman keuangan pada lembaga penyedia layanan keuangan (perbankan) lebih memiliki literasi keuangan yang baik, sehingga dapat menimbulkan niat untuk berinvestasi.
7. *Financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *investment intention*, seseorang yang memiliki tingkat *financial literacy* akan menghambat adanya kendala keuangan sehingga seseorang memiliki niat berinvestasi yang tinggi.
8. Usia tidak dapat memoderasi hubungan antara *financial socialization* dan *investment intention*, seseorang yang mendapatkan sosialisasi keuangan memiliki niat berinvestasi yang tinggi, namun usia tidak mampu meningkatkan hubungan sosialisasi terhadap niat untuk berinvestasi.

9. Usia tidak dapat memoderasi hubungan antara *financial literacy* dan *investment intention*, setiap individu diharapkan selalu belajar dan memperluas pengetahuan termasuk pengetahuan keuangan untuk mengetahui langkah yang tepat yang dapat diambil mengenai keputusan keuangan. Namun pada penelitian ini usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial literacy* dengan *investment intention*.
10. Usia tidak dapat memoderasi hubungan antara *financial experience* dan *investment intention*, seseorang yang memiliki pengalaman dalam produk keuangan perbankan memiliki niat berinvestasi yang tinggi. Akan tetapi usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial experience* dengan *investment intention*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas diatas, maka terdapat beberapa manfaat yang dapat diambil oleh pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Manfaat Akademik

Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman dan ilmu pengetahuan mengenai pentingnya *financial socialization*, *financial experience*, dan *financial literacy* dalam meningkatkan *investment intention*. Penelitian ini membuktikan bahwa *investment intention* dapat dipengaruhi oleh *financial socialization*, *financial experience*, dan *financial literacy*.

2. Manfaat Praktis

Bagi karyawan, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan niat berinvestasi, niat berinvestasi perlu ditingkatkan mengingat banyaknya keuntungan yang didapat apabila berinvestasi, sebagian besar responden dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa niat berinvestasi muncul karena ingin masa tua aman, oleh karena itu meningkatkan niat berinvestasi sangat dibutuhkan dikalangan karyawan segala usia.

Bagi pengambil kebijakan, hasil penelitian menunjukkan hasil yang baik. Sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan agar melakukan sosialisasi keuangan dan meningkatkan literasi keuangan kepada masyarakat agar dapat meminimalisir masyarakat yang tertipu adanya investasi bodong.

Bagi perekonomian, hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang diajukan dalam peningkatan niat investasi memiliki hasil yang baik. Sehingga tingginya minat investasi dapat meningkatkan pembangunan perekonomian karena modal yang tersedia semakin besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *theory resource based view*, *resource based view* menekankan rasionalitas tindakan manusia dan gagasan bahwa individu memiliki kendali sadar atas aktivitas yang dimaksud. Dalam studi ini, seseorang dengan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman keuangan mampu membuat seseorang dapat mengelola

uang mereka secara efektif akan bertindak dengan cara yang menunjukkan kapasitas ini dengan membuat keputusan keuangan yang hati-hati, seperti mengetahui kapan waktu yang tepat untuk menabung, berinvestasi, dan memanfaatkan *credit card* yang dimiliki.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang

1. Variabel bebas *financial socialization* dan *financial experience* dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan *financial literacy* sebesar 27.7% dan variabel *financial socialization*, *financial experience* dan *financial literacy* mampu menjelaskan *investment intention* sebesar 51.4%. Sehingga diharapkan penelitian yang akan datang menambahkan variabel yang mampu meningkatkan niat berinvestasi, seperti tingkat pendapatan dan motivasi.
2. Pertanyaan kuesioner bersifat formatif sehingga menimbulkan jawaban yang tidak konsisten, oleh karena itu terdapat beberapa hasil penelitian yang memiliki hasil negatif. Sehingga penelitian yang akan datang dapat lebih memperhatikan pertanyaan yang diajukan.
3. Pengambilan sampel hanya dilakukan melalui *googleform* sehingga cukup sulit untuk mendapatkan jawaban dari responden. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menyebar kuesioner secara langsung, sehingga dapat mengetahui keseriusan responden dalam menjawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, F., & Das, N. (2019). Predictors of investment intention in Indian stock markets: Extending the theory of planned behaviour. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 97–119. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2017-0167>
- Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). The Influence of Financial Attitude, Financial Socialization, and Financial Experience to Financial Management Behavior with Financial Literacy as the Mediation Variable. *KnE Social Sciences*, 3(10), 811. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3174>
- Andriani, S., Fitri, I., & I, M. N. (2019). Effects of Risk Tolerance and Financial Literacy to Investment Intentions. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(9), 40–54. www.ijicc.net
- Baihaqqy, M. R. I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan dengan Kelompok Generasi sebagai Mediasi dan Moderasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 73–78. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i1.1189>
- Diana, K. M., & Lutfi, L. (2021). Experience, Knowledge, on Financial Behavior, Mediation of Loc, Moderation of Number of Dependents. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 71–79. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v14i2.4417>
- Elango, D., & Ajah, S. N. (2023). Factors Influencing Investment Intention Among Gen Z : The Antecedent of India. *Interdisciplinary Research Review*, 18(3), 25–33.
- Felisya, R., & Arifin, A. Z. (2022). Pengaruh Financial Attitude, Risk Perception

terhadap Investment Intention pada Pasar Saham Indonesia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 899–907.

<https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20541>

Fulk, M., & White, K. J. (2018). Exploring racial differences in financial socialization and related financial behaviors among Ohio college students.

Cogent Social Sciences, 4(1), 1–16.

<https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1514681>

George, O. C. B., Mpeera, N. J., C., M. J., & Isaac, N. N. (2016). Social capital: mediator of financial literacy and financial inclusion in rural Uganda. *Review of International Business and Strategy*, 26(2), 291–312.

<https://doi.org/10.1108/RIBS-06-2014-0072>

Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.

<https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>

Kim, K. T., Anderson, S. G., & Seay, M. C. (2019). Financial Knowledge and Short-Term and Long-Term Financial Behaviors of Millennials in the United States. *Journal of Family and Economic Issues*, 40(2), 194–208.

<https://doi.org/10.1007/s10834-018-9595-2>

LeBaron, A. B., Marks, L. D., Rosa, C. M., & Hill, E. J. (2020). Can We Talk About Money? Financial Socialization Through Parent–Child Financial Discussion. *Emerging Adulthood*, 8(6), 453–463.

<https://doi.org/10.1177/2167696820902673>

- Lestari, M., Pangestuti, D. C., & Fadila, A. (2022). Analisis literasi keuangan, pendapatan dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi serta perilaku keuangan sebagai variabel intervening AKURASI 33. *Akurasi: Jurnal Riset Dan Akuntansi*, 4(1), 33–46. <https://doi.org/10.36407/akurasi.v4i1.602>
- Malmendier, U., Pouzo, D., & Vanasco, V. (2020). Investor experiences and financial market dynamics. *Journal of Financial Economics*, 136(3), 597–622. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2019.11.002>
- Monsura, M. P. (2020). The Importance of Financial Literacy: Household's Income Mobility Measurement and Decomposition Approach. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 647–655. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.647>
- Muhammad, J. K., Faheem, A., & Syed, N.-U.-M. (2020). Factors Affecting Financial Literacy and Financial Behaviour of Investors in Pakistan. *Research Journal of Social Sciences and Economics Review (RJSSER)*, 1(3), 80–90. [https://doi.org/10.36902/rjsser-vol1-iss3-2020\(80-90\)](https://doi.org/10.36902/rjsser-vol1-iss3-2020(80-90))
- Mutawally, F. W., & Haryono, N. A. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance Dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(4), 942–953.
- Natsir, K., & Arifin, A. Z. (2021). The effect of product knowledge and influence of society on investment intention of stock investors with perceived risk as

mediation. *Estudios de Economia Aplicada*, 39(12), 473–479.

<https://doi.org/10.25115/eea.v39i12.6022>

Raihana, S., & Dewi, A. S. (2022). Effect of Financial Literacy on Investment Interest (Case Study in Early Adult Age in Bandung City). *Budapest International Research and Critics ...*, 22819–22825. <https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/6292>

Raut, R. K. (2020). Past behaviour, financial literacy and investment decision-making process of individual investors. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1243–1263. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2018-0379>

Sohn, S. H., Joo, S. H., Grable, J. E., Lee, S., & Kim, M. (2012). Adolescents' financial literacy: The role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth. *Journal of Adolescence*, 35(4), 969–980.

<https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2012.02.002>

Sundarasan, D. S., Rahman, M. S., & Danaraj, J. (2016). Impact of Financial Literacy, Financial Socialization Agents, and Parental Norms on Money Management. *Journal of Business Studies Quarterly*, 8(1), 140–156.

Suprasta, N., & Nuryasman. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi Saham. *Jurnal Ekonomi*, 25(2), 251.

<https://doi.org/10.24912/je.v25i2.669>

Suyanti, E., & Hadi, N. U. (2019). Analisis Motivasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Edunomic Jurnal*

Pendidikan Ekonomi, 7(2), 108. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.2352>

Suyanto, S., & Setiawan, D. (2021). The Impact of Financial Socialization and Financial Literacy on Financial Behaviors: An Empirical Study in Indonesia.

The Journal of Asian ..., 8(7), 169–180.

<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no7.0169>

Tanuwijaya, K., & Setyawan, I. R. (2021). Can financial literacy become an effective mediator for investment intention? *Accounting*, 7(7), 1591–1600.

<https://doi.org/10.5267/j.ac.2021.5.011>

Wang, X. W., Cao, Y. M., & Park, C. (2019). The relationships among community experience, community commitment, brand attitude, and purchase intention in social media. *International Journal of Information Management*, 49(July), 475–488.

<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.018>

Zhao, H., & Zhang, L. (2021). Financial literacy or investment experience: which is more influential in cryptocurrency investment? *International Journal of*

Bank Marketing, 39(7), 1208–1226. [https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2020-](https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2020-0552)

0552