

**PERAN MEDIASI *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP
FINANCIAL INFLUENCER DAN *RISK PERCEPTION*
DALAM MENINGKATKAN *INVESTMENT DECISION***

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun oleh:

HABIBURROCHMAN

30402200121

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

**PERAN MEDIASI *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP
FINANCIAL INFLUENCER DAN *RISK PERCEPTION*
DALAM MENINGKATKAN *INVESTMENT DECISION***

Disusun oleh:

HABIBURROCHMAN

NIM : 30402200121

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan
sidang panitia ujian skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 5 Februari 2026

Pembimbing,



Prof. Nurhidayati, SE., M.Si., Ph.D

NIK. 210499043

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN MEDIASI *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP
FINANCIAL INFLUENCER DAN *RISK PERCEPTION*
DALAM MENINGKATKAN *INVESTMENT DECISION***

Disusun oleh :

HABIBURROCHMAN

30402200121

Telah dipertahankan dan disahkan didepan penguji

Pada tanggal 5 Februari 2026

Menyetujui

Pembimbing,



Prof. Nurhidayati, SE., M.Si., Ph.D

NIK. 210499043

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M

NIK. 210416055

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : HABIBURROCHMAN

NIM : 30402200121

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**PERAN MEDIASI *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP *FINANCIAL INFLUENCER* DAN *RISK PERCEPTION* DALAM MENINGKATKAN *INVESTMENT DECISION*” merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarism dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam penelitian ini.**

Semarang, 5 Februari 2026
Yang menyatakan,



HABIBURROCHMAN
30402200121

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: HABIBURROCHMAN
NIM	: 30402200121
Program Studi	: S1 Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyerahkan hasil karya ilmiah berupa Tugas Akhir Skripsi dengan judul :

“PERAN MEDIASI *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP *FINANCIAL INFLUENCER* DAN *RISK PERCEPTION* DALAM MENINGKATKAN *INVESTMENT DECISION*”

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

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

Semarang, 5 Februari 2026



HABIBURROCHMAN
NIM. 30402200121

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *financial influencer* dan *risk perception* terhadap *investment decision* dengan *financial literacy* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari 190 mahasiswa Generasi Z di Kota Semarang, Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria responden merupakan mahasiswa aktif yang pernah terpapar konten *financial influencer* dan memiliki ketertarikan terhadap investasi. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan secara daring dan luring menggunakan skala Likert 1–5. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial influencer* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *investment decision*, namun berpengaruh secara tidak langsung melalui *financial literacy*. Sementara itu, *risk perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *investment decision*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur di bidang perilaku keuangan serta menjadi bahan pertimbangan bagi institusi pendidikan dan pemangku kepentingan pasar modal dalam meningkatkan literasi keuangan dan kualitas pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z.

Kata Kunci : *Financial Influencer, Risk Perception, Financial Literacy, Investment Decision*

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of *financial influencers* and *risk perception* on *investment decisions*, with *financial literacy* as a mediating variable. The data used in this study were primary data obtained from 190 Generation Z students in Semarang City, Indonesia. The sampling technique used in this research was *purposive sampling*, with the criteria that respondents were active students who had been exposed to financial influencer content and had an interest in investment activities. Data collection techniques were carried out through questionnaires distributed both online and offline using a five-point Likert scale. The data analysis technique in this study employed *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) to examine the direct and indirect effects among variables. The results of this study indicate that *financial influencers* do not have a significant direct effect on *investment decisions*, but have an indirect effect through *financial literacy*. In addition, *risk perception* has a positive and significant effect on *investment decisions*. This research is expected to be useful for the development of behavioral finance literature and, practically, to provide insights for educational institutions and capital market stakeholders in improving financial literacy and the quality of investment decision making among Generation Z.

Keyword : *Financial Influencer, Risk Perception, Financial Literacy, Investment Decisio*

UNISSULA
جامعة سلطان أبوبوع الإسلامية

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi yang berjudul “Peran Mediasi Financial Literacy terhadap Financial Influencer dan Risk Perception dalam Meningkatkan Investment Decision”. Penyusunan pra skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai derajat Sarjana S1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Pra skripsi ini disusun dengan tujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh financial influencer dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi mahasiswa Generasi Z dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan, khususnya terkait perilaku investasi generasi muda, serta memberikan manfaat praktis bagi lembaga pendidikan, regulator, dan pelaku pasar modal dalam meningkatkan kualitas literasi dan pengambilan keputusan investasi.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan kemudahan yang diberikan.
2. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan motivasi.
3. Prof. Nurhidayati, SE., M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
5. Teman-teman serta pihak lain yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 5 Februari 2026

Penulis,



HABIBURROCHMAN
30402200121

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Financial Influencer.....	10
2.2. Risk Perception	12
2.3. Financial Literacy	15
2.4. Investment Decision.....	17
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	20
2.5.1. Pengaruh Financial Influencer terhadap Financial Literacy	20
2.5.2. Pengaruh Risk Perception terhadap Financial Literacy	21
2.5.3. Pengaruh Financial Influencer terhadap Investment Decision.....	22
2.5.4. Pengaruh Risk Perception terhadap Investment Decision	22
2.5.5. Pengaruh Financial Literacy terhadap Investment Decision.....	23
2.5.6. Pengaruh Financial Influencer terhadap Investment Decision melalui Financial Literacy	24
2.5.7. Pengaruh Risk Perception terhadap Investment Decision melalui Financial Literacy	25
2.6. Kerangka Konsep	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Jenis Penelitian.....	26

3.2. Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1. Populasi	26
3.2.2. Sampel.....	27
3.3. Skala Pengukuran.....	28
3.4. Sumber Data.....	28
3.4.1. Data Primer.....	28
3.4.2. Data Sekunder	29
3.5. Variabel dan Indikator	29
3.6. Teknik Analisis	31
3.6.1. Analisis Deskriptif.....	31
3.6.2. Partial Least Square.....	33
3.6.3. Model Pengukuran atau Outer Model.....	33
3.6.4. Model Struktural atau Inner Model	36
3.6.5. Analisis Pengujian Hipotesis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian	41
4.1.1. Profil Responden.....	41
4.1.2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
4.1.3. Analisis Outer Model.....	58
4.1.4. Analisis Inner Model	67
4.1.5. Uji Hipotesis.....	71
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.2.1. Pengaruh Financial Influencer Terhadap Financial Literacy	74
4.2.2. Pengaruh Risk Perception Terhadap Financial Literacy	75
4.2.3. Pengaruh Financial Literacy Terhadap Investment Decision.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.2.4. Pengaruh Financial Influencer Terhadap Investment Decision.....	75
4.2.5. Pengaruh Risk perception Terhadap Investment Decision.....	76
4.2.6. Peran Financial Literacy Dalam Memediasi Pengaruh Financial Literacy Terhadap Investment Decision	77
4.2.7. Peran Financial Literacy Dalam Memediasi Pengaruh Risk Perception Terhadap Invetment Decision.....	78
BAB V PENUTUP	79
5.1. Kesimpulan.....	79

5.2.	Implikasi Manajerial	81
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	83
5.4.	Saran Penelitian Mendatang.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		86



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator variabel persepsi risiko	15
Tabel 2.2 Indikator variabel keputusan investasi	20
Tabel 3.1 Variabel dan indikator	29
Tabel 3.2 Interval Kriteria Rata-Rata	33
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel 4. 2 Usia Responden	42
Tabel 4. 3 Asal Perguruan Tinggi Responden	44
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Perguruan Tinggi	45
Tabel 4. 5 Jenjang Pendidikan Responden	45
Tabel 4. 6 Semester Studi Responden	46
Tabel 4. 7 Kelompok Keilmuan Responden	47
Tabel 4. 8 Tabungan Responden.....	48
Tabel 4.9 Pengalaman Investasi Responden.....	49
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Variabel Financial Influencer.....	50
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Variabel Risk Perception	52
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden Variabel Financial Literacy	54
Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Responden Variabel Investment Decision	56
Tabel 4.14 Nilai Convergent Validity	60
Tabel 4.15 Nilai Cross Loading Setiap Variabel	62
Tabel 4.16 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	64
Tabel 4.17 Nilai Composite Reliability (Rho_A)	65
Tabel 4.18 Nilai Cronbach's Alpha.....	66
Tabel 4.19 Nilai Collinearity Statistics (VIF)	67
Tabel 4.20 Nilai R-Square (R ²)	68
Tabel 4.21 Nilai Q-Square (Q ²).....	69
Tabel 4.22 Uji F-Square	70
Tabel 4.23 Uji Path Coefficient.....	72
Tabel 4.24 Uji Specific Indirect Effect	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan investor sampai dengan bulan Agustus tahun 2025	1
Gambar 1.2 Persentase jumlah investor di Pasar Modal berdasarkan usia per Agustus 2025.....	2
Gambar 2. 1 Model Empirik	25
Gambar 4. 1 Outer Model.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian	102
Lampiran 3. Uji Validitas	116
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	117
Lampiran 5. Uji Multikolinearitas	117
Lampiran 6. Hasil Analisis Jalur	119



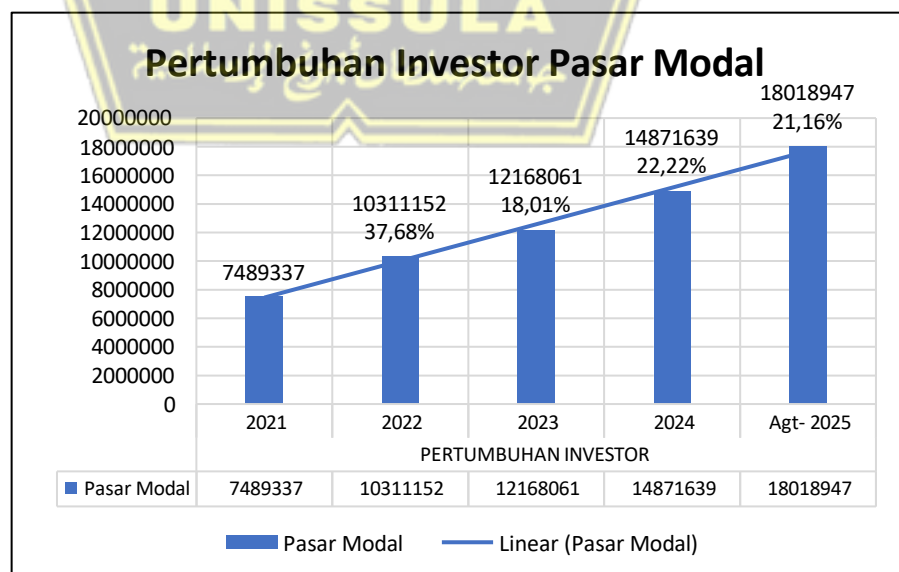
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Investasi telah menjadi hal yang semakin umum bagi masyarakat Indonesia di era digitalisasi yang kian berkembang. Kemudahan akses informasi serta kemajuan teknologi mendorong tumbuhnya kesadaran dan keterbukaan masyarakat terhadap berbagai peluang investasi yang tersedia (Febrillian et al., 2024). Investasi pada dasarnya adalah upaya untuk menanamkan dana atau sumber daya untuk keuntungan di masa depan. Investasi bukan hanya untuk menghasilkan uang, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas hidup, melindungi nilai kekayaan dari inflasi, dan mengurangi beban pajak secara efisien (Adiyono et al., 2021).

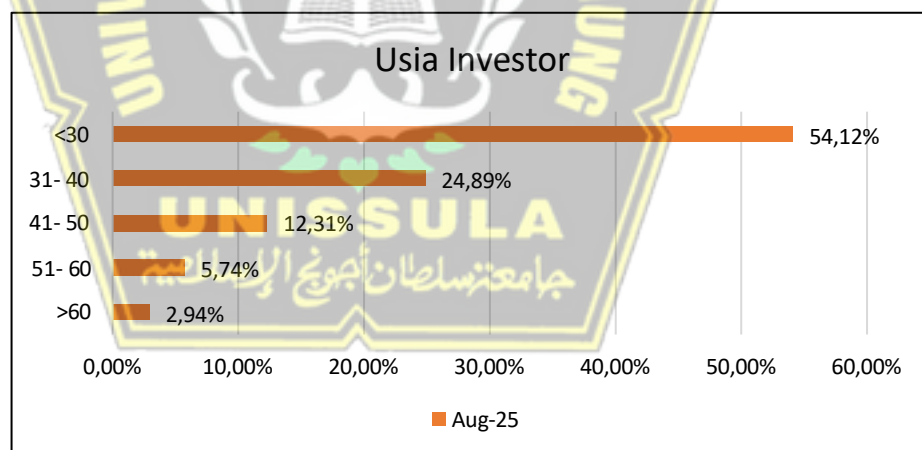
Tabel 3.1 Pertumbuhan investor sampai dengan bulan Agustus tahun 2025



Sumber : KSEI 2025

Dalam beberapa tahun terakhir, investor telah lebih banyak masuk ke pasar modal. Ini terlihat pada kenaikan pada tahun 2022 sebesar 37,68% dari tahun sebelumnya, kenaikan pada tahun 2023 sebesar 18,01 persen dari tahun sebelumnya, kenaikan pada tahun 2024 sebesar 22,22% dari tahun sebelumnya, dan kenaikan pada tahun 2025 sebesar 21,16% dari tahun sebelumnya pada bulan Agustus. Tren kenaikan ini menunjukkan bahwa akan ada perubahan dalam perilaku pasar dan struktur kepemilikan. Ini akan membuat investor lebih rentan dan membutuhkan pendidikan yang lebih intensif untuk membuat keputusan investasi yang lebih logis dan berkelanjutan.

Tabel 3.2 Persentase jumlah investor di Pasar Modal berdasarkan usia per Agustus 2025



Sumber :KSEI 2025

Menurut data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI, 2025), ada pergeseran ke arah demografi investor individu yang lebih muda di pasar modal Indonesia. Peningkatan investor ini sebagian besar didorong oleh

generasi milenial dan generasi Z, yang semakin aktif berinvestasi dalam kemajuan teknologi dan kemudahan mendapatkan informasi keuangan.

Orang-orang yang lahir antara tahun 1981 dan 1996 dikenal sebagai generasi milenial, sedangkan generasi Z terdiri dari orang-orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Meskipun kedua generasi ini sangat menyukai dunia investasi, variasi sosial, teknologi, dan pengalaman mereka memengaruhi pandangan mereka dan keputusan investasi mereka (Dimock, 2019).

Perilaku investasi generasi tertentu menunjukkan perbedaan karakteristik ini. Dalam hal pengambilan keputusan investasi, generasi milenial biasanya lebih terstruktur dan hati-hati. Mereka mencapai tujuan keuangan jangka panjang mereka dengan melakukan riset mendalam, mempertimbangkan risiko secara rasional, dan menerapkan strategi diversifikasi portofolio (Nilawati & Ainiah, 2025).

Sebaliknya, Generasi Z menunjukkan perilaku investasi yang lebih cepat, adaptif, dan responsif terhadap dinamika informasi digital. Mereka juga lebih mudah terpengaruh oleh tren di media sosial, pendapat komunitas online, dan rekomendasi dari influencer finansial. Generasi Z juga cenderung lebih berani mengambil risiko, menjadikan pengalaman sebagai media pembelajaran, dan lebih fleksibel dalam beralih ke instrumen investasi baru sebagai cara untuk menyesuaikan diri dengan perubahan harga (Nilawati & Ainiah, 2025).

Secara keseluruhan, keputusan investasi generasi milenial memprioritaskan investasi dengan fokus pada perencanaan jangka panjang dan stabilitas, sedangkan Generasi Z lebih eksperimental dan responsif terhadap kemajuan teknologi digital.

Investasi adalah keputusan yang dibuat oleh seseorang untuk menempatkan dana mereka ke berbagai jenis aset dengan harapan memperoleh keuntungan di masa mendatang. Beberapa komponen penting memengaruhi proses pengambilan keputusan ini, yang paling menonjol adalah prediksi tentang keuntungan yang akan diperoleh. Karena tingkat imbal hasil yang tinggi biasanya diiringi oleh risiko yang lebih besar, sehingga risiko juga menjadi pertimbangan penting. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami cara mengimbangi potensi keuntungan dan risiko investasi untuk membuat keputusan investasi yang rasional. (Zahara & Machdar, 2025).

Salah satu faktor yang cukup berpengaruh dalam keputusan investasi adalah financial influencer. Influencer di media sosial kerap dianggap sebagai sumber informasi keuangan yang praktis dan mudah diakses. Kredibilitas serta daya tarik personal influencer dapat membentuk persepsi dan keyakinan audiens sehingga memengaruhi keputusan keuangan mereka. Akan tetapi, pengaruh ini bisa bersifat positif maupun negatif. Seseorang yang tidak tahu banyak tentang investasi cenderung terpengaruh oleh konten promosi tanpa mempertimbangkan risiko yang menyertainya. (Hamamcı & Aren, 2024).

Selain itu, persepsi risiko juga merupakan salah satu aspek yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi keputusan investasi seseorang. Arti dari persepsi risiko sendiri yaitu, cara pandang individu terhadap tingkat ketidakpastian dan potensi kerugian yang muncul dari aktivitas investasi. Persepsi risiko dapat menjadi faktor yang menentukan keputusan investasi karena investasi selalu dihadapkan pada peluang keuntungan dan risiko. Investor yang memiliki persepsi risiko yang baik dapat menganalisis berbagai kemungkinan yang akan terjadi dan mengantisipasi dan menyiapkan diri untuk konsekuensi yang mungkin terjadi (Li et al., 2023).

Namun demikian, peningkatan jumlah investor tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas pengetahuan investasi. Penelitian (Fatanalin, 2024) menunjukkan bahwa meskipun minat seseorang terhadap investasi cukup tinggi, sebagian besar masih berfokus pada keuntungan jangka pendek tanpa memahami risiko yang menyertainya. Selain itu, (Lubis et al., 2023) menyatakan bahwa tidak memahami keuangan dapat menyebabkan keputusan investasi yang tidak rasional dan mudah terpengaruh oleh tren pasar.

Sebagai informasi yang dikumpulkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), indeks literasi digital generasi Z di Indonesia hanya mencapai 62%, yang merupakan tingkat terendah dibandingkan dengan rata-rata negara ASEAN yang mencapai sekitar 70%. Selain itu, OJK juga telah menerima pengaduan dari masyarakat sebanyak 1.656 kasus yang berkaitan dengan investasi ilegal (Sari, 2025). Kondisi tersebut mencerminkan masih

lemahnya kemampuan masyarakat Indonesia, terutama generasi Z, dalam membedakan informasi keuangan yang sah dan yang menyesatkan, sehingga semakin mudah terpengaruh oleh konten financial influencer yang kerap menonjolkan keuntungan tanpa menekankan potensi risikonya.

Literasi keuangan berfungsi sebagai faktor mediasi penting dalam konteks ini. Pengetahuan investasi tidak hanya mencakup pemahaman instrumen keuangan, tetapi juga kemampuan untuk mengelola risiko serta menilai informasi secara kritis. Seseorang dengan pengetahuan investasi yang baik akan lebih mampu menyaring pengaruh influencer, sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih bijak (Fonseca, 2025).

Studi sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten tentang bagaimana pengaruh financial influencer terhadap keputusan investasi. Studi (Jumiyani et al., 2024) menunjukkan bahwa pengaruh keuangan memiliki efek yang baik dan signifikan, sementara studi (Murtiasih & Fathia, 2025) menemukan bahwa hasilnya tidak signifikan bahkan berpengaruh negatif. Temuan yang berbeda ini menunjukkan bahwa penelitian mengenai financial influencer terhadap keputusan investasi memerlukan pengkajian lebih lanjut.

Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa persepsi risiko dalam pengambilan keputusan investasi masih menghasilkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian (Aldine et al., 2025; Ramadhianto et al., 2025) menemukan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Di sisi lain, penelitian lain (Asry et al., 2024;

Sellinai et al., 2025) menemukan bahwa persepsi risiko berdampak negatif dan signifikan pada keputusan investasi. Inkonsistensi ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut belum dibahas secara menyeluruh. Karena itu, penelitian masih dapat dilakukan untuk mengevaluasi kembali bagaimana financial influencer dan persepsi risiko memengaruhi keputusan investasi responden dalam berbagai situasi dan demografi.

Mahasiswa Generasi Z di Kota Semarang adalah subjek penelitian ini, yang memiliki penggunaan media sosial dan akses yang luar biasa ke informasi investasi digital. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan investasi kemungkinan juga dapat mempengaruhi mereka. Namun, penelitian yang secara khusus menyelidiki fenomena ini pada mahasiswa Generasi Z di Kota Semarang masih sangat sedikit. Akibatnya, penelitian ini sangat penting untuk menghasilkan hasil empiris yang sesuai dengan karakteristik lokal dan generasi.

Peneliti ingin meneliti bagaimana mediasi pengetahuan keuangan terhadap financial influencer dan persepsi risiko membantu pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini berfokus pada hubungan antara pengetahuan keuangan dan pengaruh keuangan. Diharapkan penelitian ini akan meningkatkan pemahaman kita tentang perilaku investasi generasi muda. Ini juga akan membantu institusi pendidikan, regulator, dan pelaku pasar modal untuk mendorong peningkatan program literasi dan edukasi keuangan yang lebih baik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh Financial Influencer terhadap Financial Literacy?
2. Bagaimana pengaruh Risk Perception terhadap Financial Literacy?
3. Bagaimana Pengaruh Financial Influencer terhadap Investment Decision?
4. Bagaimana pengaruh Risk Perception terhadap Investment Decision?
5. Bagaimana Pengaruh Financial Literacy terhadap Investment Decision?
6. Bagaimana pengaruh Financial Influencer terhadap Investment Decision melalui Financial Literacy?
7. Bagaimana pengaruh Risk Perception terhadap Investment Decision melalui Financial Literacy?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh Financial Influencer terhadap Financial Literacy
2. Mengetahui pengaruh Risk Perception terhadap Financial Literacy
3. Mengetahui pengaruh Financial Influencer terhadap Investment Decision
4. Mengetahui pengaruh pengaruh Risk Perception terhadap Investment Decision
5. Mengetahui pengaruh Financial Literacy terhadap Investment Decision
6. Mengetahui pengaruh Financial Influencer terhadap Investment Decision melalui Financial Literacy

7. Mengetahui pengaruh Risk Perception terhadap Investment Decision melalui Financial Literacy

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Memperkaya literatur penelitian tentang perilaku keuangan, terutama yang berkaitan dengan hubungan antara pengaruh financial influencer, persepsi risiko, literasi keuangan, dan keputusan investasi generasi Z.
2. Memberikan model konseptual baru yang menyelidiki cara literasi keuangan mempengaruhi persepsi risiko dan pengaruh faktor keuangan terhadap keputusan investasi.
3. Menjadi rujukan empiris untuk penelitian lanjutan tentang bagaimana literasi keuangan dan media digital berperan dalam pengambilan keputusan investasi.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi OJK, menjadi dasar bagi pengambil kebijakan untuk meningkatkan pengetahuan investor pemula, terutama generasi muda yang terlibat dalam aktivitas media sosial serta meminimalisir konten edukasi keuangan yang tidak kredibel.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Financial Influencer

Mereka yang membagikan informasi tentang keuangan dan investasi di media sosial dikenal sebagai influencer keuangan. Seorang financial influencer biasanya memiliki banyak pengikut dan bekerja sama dengan berbagai pihak untuk membentuk minat dan persepsi masyarakat terhadap investasi (Adiningsih & Ghofar, 2022). Selain itu, financial influencer juga merupakan pembuat konten yang aktif menyampaikan informasi pasar dan produk keuangan dengan kredibilitas tertentu, tetapi mereka tidak berfungsi sebagai penasihat investasi profesional. Pandangan pribadi yang didasarkan pada pengalaman, analisis pribadi, dan interpretasi pasar adalah lebih banyak dari apa yang mereka bagikan (Hamamci & Aren, 2024).

Timothy Ronald dan Andry Hakim merupakan salah satu financial influencer yang dikenal luas melalui konten edukasi keuangan dan investasi di media sosial. Peran mereka menunjukkan bagaimana influencer membantu generasi muda mendapatkan informasi keuangan, tetapi juga berpotensi menimbulkan risiko ketika informasi tersebut salah. Jadi, literasi keuangan sangat penting untuk menyaring informasi dan membuat keputusan investasi yang cerdas dan bertanggung jawab (Singh et al., 2025).

Ketika generasi muda menganggap influencer sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan karena kontennya informatif dan mudah dipahami, pengaruh finansial influencer semakin kuat (Masithoh, 2024). Namun, keputusan investasi tidak dapat sepenuhnya didasarkan pada pengaruh, terutama berlaku untuk investor baru yang kurang pengalaman dan rentan terhadap pengaruh luar (Pratiwi & Anwar, 2022). Oleh karena itu, pengetahuan dan pemahaman tentang investasi sangat penting agar investor dapat memilih instrumen yang sesuai dengan karakteristik dan toleransi risiko mereka (Hasanah et al., 2025).

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan memengaruhi kualitas keputusan investasi mahasiswa. Terbukti bahwa minat dan keputusan investasi generasi muda dipengaruhi oleh literasi keuangan, kualitas informasi, dan pemanfaatan media sosial (Putri et al., 2025; Wicaksono & Wafiroh, 2022). Selain itu, pengetahuan keuangan membantu seseorang, terutama Generasi Z dalam menilai risiko dengan lebih rasional dan menghindari keputusan investasi impulsif (Amran et al., 2024; Bala & Jayanti, 2025).

Maka dari itu, pemahaman dan minat dalam investasi melalui konten media sosial dipengaruhi secara signifikan oleh financial influencer. Namun, pengaruh ini hanya dapat berhasil jika didukung oleh keahlian keuangan yang baik. Jika seseorang tidak memahami keuangan, mereka cenderung mudah terpengaruh oleh informasi. Oleh karena itu, generasi muda memerlukan pemahaman keuangan untuk mengevaluasi informasi

dan membuat keputusan investasi yang masuk akal sesuai dengan toleransi risiko mereka.

Menurut (Hasanah et al., 2025) berikut adalah beberapa metrik yang dapat digunakan untuk mengevaluasi faktor financial influencer:

1. *Number of times the content has been shared* (frekuensi konten dibagikan)
2. *Useful and needed material* (berguna dan dibutuhkan)
3. *Main Character*
4. *Participation of secondary character* (kolaborasi)
5. *Background Education/ Profession*
6. *Experienced as a pratitioner*

2.2. Risk Perception

Menurut (Leyani et al., 2024), persepsi risiko adalah pandangan seseorang terhadap tingkat ketidakpastian yang terlibat dalam suatu keputusan investasi. Pandangan ini dibentuk oleh karakteristik pribadi dan kondisi psikologis. Investor dengan persepsi risiko yang baik dapat menimbang potensi keuntungan dan kerugian secara lebih rasional serta lebih siap untuk menghadapi ketidakpastian. Penemuan ini sejalan dengan teori risiko risk as feellings, yang menekankan bahwa evaluasi risiko dipengaruhi oleh emosi dan analisis kognitif.

Menurut (Budiyono & Tololiu, 2025), persepsi risiko dibentuk oleh gabungan faktor internal dan eksternal. Pengalaman, pengetahuan, dan

kondisi emosional adalah faktor internal, sedangkan arus informasi, dinamika sosial, dan lingkungan sekitar adalah faktor eksternal. Pemahaman ini sejalan dengan teori prospect, yang mengatakan bahwa bukan hanya probabilitas yang sebenarnya yang mempengaruhi penilaian risiko seseorang, tetapi juga cara mereka melihat keuntungan dan kerugian yang mungkin.

Selain itu, (Kumar et al., 2024) menyatakan bahwa investor dapat mengukur persepsi risiko mereka melalui pandangan mereka terhadap instrumen investasi, pemahaman mereka tentang diversifikasi portofolio, perbedaan antara investasi dan perjudian, dan persepsi mereka tentang risiko berdasarkan usia dan tingkat kekayaan. Penemuan ini mendukung teori Subjective Risk Perception, yang berpendapat bahwa persepsi risiko individu dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki investor.

Lebih jauh lagi, penelitian empiris menunjukkan bahwa persepsi risiko dapat menyebabkan perilaku baik defensif maupun optimis. (Ramashar et al., 2022) menemukan bahwa investor yang tetap mengambil keputusan meskipun tahu ada risiko menunjukkan kecenderungan optimisme dan menilai bahwa keuntungan yang mungkin diperoleh sebanding dengan risiko yang harus ditanggung. Sebaliknya, (Agustina et al., 2025) menunjukkan bahwa banyak investor melihat risiko sebagai ketidakjelasan dan kemungkinan kerugian, yang menyebabkan emosi negatif lebih dominan daripada analisis rasional. Studi ini mendukung teori

Affect Heuristic, yaitu situasi di mana reaksi emosional menjadi pertimbangan utama ketika menilai risiko.

Temuan empiris menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. (Chofifah et al., 2023) mengungkapkan bahwa persepsi risiko yang lebih matang berkorelasi positif dengan proses pengambilan keputusan investasi yang rasional dan terukur. Sejalan dengan itu, (Waheed et al., 2020) menegaskan bahwa persepsi risiko berperan penting dalam membentuk literasi keuangan sekaligus memengaruhi perilaku investasi.

Berdasarkan berbagai teori yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko disebabkan oleh interaksi antara elemen kognitif, emosional, dan lingkungan. Pengalaman pribadi, perasaan, informasi yang diterima, dan konteks sosial adalah semua faktor yang memengaruhi pemahaman risiko. Investor dapat membuat pilihan yang lebih logis dan sesuai dengan dinamika pasar dengan memiliki persepsi risiko yang baik. Ini juga merupakan fondasi penting untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan investasi di masa mendatang.

Variabel risiko persepsi dapat diukur dengan beberapa indikator, seperti:

Tabel 1.1 Indikator variabel persepsi risiko

No	(Agustina et al., 2025)	(Rahayu & Afrilliana, 2021)	Indikator yang digunakan
1.	<i>Financial loss</i>	Risiko fungsional	<i>Financial loss</i>
2.	Ketidakpastian hasil investasi	Risiko fisik	Ketidakpastian hasil investasi
3.	Return and risk	Risiko keuangan	Risiko psikologi
4.		Risiko sosial	Risiko waktu
5.		Risiko psikologi	
6.		Risiko waktu	

2.3. Financial Literacy

Literasi keuangan merupakan kemampuan yang meliputi pemahaman, keterampilan, sikap, serta perilaku yang dibutuhkan dalam mengelola keuangan secara bijaksana (Menberu, 2024). Ruang lingkup literasi keuangan mencakup pemahaman dan pengelolaan berbagai aspek keuangan, seperti tabungan, utang, asuransi, investasi, serta beragam instrumen keuangan lainnya (Panjaitan & Listiadi, 2021).

Salah satu perilaku keuangan yang baik adalah investasi, ini sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan keuangan seseorang (Novianto, 2023). Pengetahuan dan literasi keuangan yang baik, bersama dengan kemampuan berpikir kritis, membantu orang menyaring pengaruh eksternal dan membuat keputusan investasi yang lebih rasional dan bertanggung jawab (Fonseca, 2025).

Literasi keuangan memfasilitasi individu dalam menilai dan memilih instrumen investasi yang selaras dengan profil risikonya ketika

berpartisipasi di pasar modal. Untuk menghasilkan keputusan investasi yang lebih rasional, individu perlu memahami biaya transaksi, pentingnya diversifikasi portofolio, serta variabel makroekonomi yang memengaruhi pergerakan pasar saham. Dengan demikian, meskipun akses terhadap informasi semakin luas, pemahaman keuangan yang memadai tetap menjadi aspek esensial dalam aktivitas investasi (Putri et al., 2025).

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa pemahaman keuangan yang memadai merupakan fondasi bagi terbentuknya perilaku keuangan yang baik. Tingkat pengetahuan keuangan memengaruhi kemampuan individu dalam memahami serta mengevaluasi informasi keuangan, termasuk yang diperoleh melalui media sosial (Amran et al., 2024). Selain itu, generasi muda cenderung memiliki pemahaman keuangan yang lebih baik, sehingga mampu menilai risiko secara bijaksana dan tidak mudah terpengaruh oleh opini pihak lain, yang pada akhirnya mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional (Hrulekha & Tandan, 2025; Rahmawati & Nuris, 2021).

Hal ini semakin menunjukkan betapa pentingnya pengetahuan keuangan dalam pengambilan keputusan yang mempertimbangkan informasi, risiko, dan aspek psikologis dan sosial selain pengetahuan teknis.

Dengan demikian, literasi keuangan meliputi pengetahuan, keterampilan, sikap, serta perilaku yang diperlukan dalam pengelolaan keuangan secara bijaksana. Konsep ini juga mencakup pemahaman

terhadap berbagai instrumen keuangan serta kemampuan dalam menilai risiko, menyaring informasi, dan mempertimbangkan konsekuensi dari setiap keputusan keuangan. Tingkat pengetahuan keuangan yang baik berkontribusi signifikan terhadap terbentuknya perilaku keuangan yang sehat serta keputusan investasi yang bijak dan bertanggung jawab.

Menurut (Oseifuah, 2010) terdapat sejumlah indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat literasi keuangan, antara lain:

1. *Financial attitude* (perencanaan keuangan)
2. *Mastery of financial tools*
3. *The best alternative of options*
4. *Financial behavior* (pencatatan keuangan)

2.4. Investment Decision

Menurut (Rahmawati, 2023), keputusan investasi adalah suatu kebijakan strategis untuk mengalokasikan sebagian dana yang dimiliki dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan ekonomi dan keuntungan yang berkelanjutan di masa mendatang. Keputusan investasi, menurut (Rofiq & Wijayanti, 2024), adalah proses pengambilan keputusan yang melibatkan pembagian sumber daya dan dana untuk mendapatkan pengembalian di masa depan dengan mempertimbangkan tingkat pengembalian yang diharapkan, tingkat risiko, dan korelasi antara pengembalian dan risiko.

Persepsi investor melihat peluang dan risiko saat mereka membuat keputusan cenderung berbeda. Variasi ini menunjukkan bahwa analisis

rasional dan elemen subjektif memengaruhi keputusan investasi. Oleh karena itu, investor dapat bertindak tidak rasional saat membuat keputusan investasi. Faktor emosional, bias kognitif, dan preferensi individual sangat memengaruhi proses pengambilan keputusan (Novianto, 2023).

Dalam pasar modal yang semakin kompleks, orang mungkin terpengaruh oleh orang-orang yang mereka kenal di media sosial atau teman dekat mereka. Selain mengurangi kecemasan dan ketidakpastian, pengaruh tersebut memudahkan investor untuk membuat keputusan (Hamamcı & Aren, 2024). Keputusan investasi di pasar modal Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengetahuan investor, pengaruh sosial (terutama FOMO dan media sosial), dorongan keuntungan, persepsi risiko, dan jumlah informasi yang tersedia. Meskipun pengaruh sosial dapat mendorong perilaku irasional, pemahaman yang baik tentang investasi dikaitkan dengan kualitas keputusan yang diambil (Karo et al., 2025).

Walaupun orientasi terhadap perolehan keuntungan menjadi pendorong utama dalam aktivitas investasi, hal tersebut perlu diimbangi dengan pemahaman risiko yang memadai, karena persepsi risiko yang tinggi cenderung mendorong individu memilih instrumen investasi yang lebih konservatif. Pengambilan keputusan investasi yang rasional menuntut ketersediaan informasi yang mudah dipahami serta dapat diakses secara luas. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif terhadap berbagai aspek tersebut menjadi prasyarat penting dalam mewujudkan keputusan investasi yang optimal (Karo et al., 2025).

Keputusan investor di pasar modal turut dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki. Investor yang memiliki pemahaman yang baik akan menelaah informasi yang tersedia sebelum menentukan pilihan investasinya. Pembelajaran investasi melalui media sosial juga mendorong investor untuk mengambil keputusan yang lebih rasional dan bijaksana (Sani & Paramita, 2024). Di samping itu, penyesuaian antara potensi keuntungan dan tingkat risiko melalui pemilihan produk investasi yang selaras dengan profil risiko investor menjadi pertimbangan krusial sebelum menetapkan keputusan investasi yang logis (Agustina et al., 2025).

Pengambilan keputusan investasi yang tepat memiliki peran krusial dalam menunjang keberhasilan finansial serta kesejahteraan jangka panjang, karena berdampak pada tingkat literasi keuangan investor, perolehan keuntungan finansial, kepuasan pribadi dan moral, stabilitas keuangan, serta kualitas kehidupan sosial dan profesional di masa mendatang (Masithoh, 2024).

Oleh sebab itu, keputusan investasi dapat dipahami sebagai proses pengalokasian dana yang mempertimbangkan manfaat, tingkat risiko, kualitas informasi, serta kemudahan akses terhadap informasi tersebut. Proses penilaian dan verifikasi informasi dipengaruhi oleh faktor rasional, psikologis, dan sosial, termasuk pengetahuan keuangan serta pengaruh lingkungan sekitar. Dengan demikian, keselarasan antara tujuan keuangan, orientasi jangka panjang, dan profil risiko investor menjadi landasan penting dalam menentukan keputusan investasi yang tepat.

Sejumlah indikator dapat digunakan untuk mengukur berbagai faktor yang memengaruhi keputusan investasi, antara lain:

Tabel 2.2 Indikator variabel keputusan investasi

No	(Sahi et al., 2013)	(Khoiroh et al., 2019)	Indikator yang digunakan
1.	<i>The expected gains percentage</i>	Investasi untuk profit	<i>The expected gains percentage</i>
2.	<i>Feel Regret</i>	Pemilihan investasi dengan tingkat risiko yang rendah	<i>Verify and confirm the information</i>
3.	<i>Verify and confirm the information</i>	Pemilihan investasi dengan daya saing rendah	<i>Information easily available</i>
4.	<i>Information easily available</i>	Investasi untuk tabungan jangka panjang	Pemilihan investasi dengan tingkat risiko yang rendah
5.	<i>Safe playing</i>		Investasi untuk tabungan jangka panjang
6.	<i>Confident on own ability</i>		

2.5. Pengembangan Hipotesis

2.5.1. Pengaruh Financial Influencer terhadap Financial Literacy

Menurut (Wijaya et al., 2024) Financial influencer sangat penting untuk meningkatkan literasi keuangan seseorang dan mendorong mereka untuk berinvestasi. Peran ini muncul karena informasi dan edukasi yang disampaikan melalui konten mereka mampu memperluas wawasan finansial seseorang, sekaligus membantu individu memahami berbagai aspek krusial

yang berkaitan dengan dunia investasi. Hal ini menunjukkan bahwa financial influencer dapat memengaruhi financial literasi investor.

Temuan penelitian (Wijaya et al., 2024), (Fonseca, 2025) menunjukkan bahwa *financial influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat literasi keuangan.

H1: Financial influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial literacy.

2.5.2. Pengaruh Risk Perception terhadap Financial Literacy

Persepsi risiko merupakan evaluasi individu terhadap kondisi yang mengandung ketidakpastian, yang dipengaruhi oleh karakteristik personal serta aspek psikologis. Dalam konteks investasi, persepsi risiko memiliki peran krusial karena berkaitan dengan tingkat pengetahuan, kemampuan, dan kepercayaan diri investor dalam menetapkan keputusan investasinya (Yanti & Endri, 2024). Dengan demikian, investor yang mampu menilai risiko secara tepat cenderung memiliki pemahaman dan kesadaran finansial yang lebih baik ketika mengambil keputusan investasi.

Temuan penelitian (Dinarjito et al., 2023), (Priscilla & Saleh, 2024), serta (Helmalianika & Siregar, 2025) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterampilan keuangan.

H2: Risk perception berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial literacy.

2.5.3. Pengaruh Financial Influencer terhadap Investment Decision

Penelitian terdahulu oleh (Adiningsih & Ghofar, 2022) menunjukkan bahwa *financial influencer* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa di pasar modal. Semakin intens mahasiswa terpapar konten edukatif maupun rekomendasi investasi yang disampaikan oleh influencer keuangan, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan aktivitas investasi di pasar modal.

Mahasiswa memanfaatkan informasi, saran, serta pengalaman yang dibagikan melalui media sosial sebagai rujukan dalam menentukan pilihan investasi. Dengan demikian, peran *financial influencer* tidak hanya sebatas memberikan pengetahuan finansial, tetapi juga membentuk persepsi serta tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap pasar modal.

Sejalan dengan temuan tersebut, hasil penelitian (Adiningsih & Ghofar, 2022), (Martaningrat & Kurniawan, 2024), serta (Jumiyani et al., 2024) menegaskan bahwa *financial influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

H3: Financial influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap investment decision.

2.5.4. Pengaruh Risk Perception terhadap Investment Decision

Pemahaman yang memadai mengenai beragam jenis risiko investasi mendorong individu melakukan analisis yang lebih rasional dan strategis, sehingga mampu mengantisipasi potensi kerugian serta menetapkan keputusan investasi yang lebih tepat (Lestari et al., 2023). Penelitian

(Hidayat et al., 2023) juga menunjukkan bahwa tingkat persepsi risiko yang dimiliki investor individu berkaitan dengan ketepatan keputusan investasi yang diambil.

Sejalan dengan temuan tersebut, hasil penelitian (Agusta & Yanti, 2022), (Ramashar et al., 2022), (Leyani et al., 2024) menegaskan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

H4: Risk perception berpengaruh positif dan signifikan terhadap investment decision.

2.5.5. Pengaruh Financial Literacy terhadap Investment Decision

Temuan (Gunawan & Aryati, 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh kuat terhadap kualitas keputusan investasi. Pemahaman dan keterampilan keuangan yang memadai membantu individu mengelola sumber daya finansial secara efektif, mengenali risiko dan potensi keuntungan investasi, serta menetapkan keputusan yang bijaksana. Pengetahuan keuangan juga membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab dan strategis. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi aspek penting dalam mewujudkan keputusan investasi yang lebih cerdas dan berkelanjutan.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian (Arrifqi & Putri, 2022), (Helmalianika & Siregar, 2025) menegaskan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

H5: Financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap investment decision.

2.5.6. Pengaruh Financial Influencer terhadap Investment Decision melalui Financial Literacy

Penelitian (Fonseca, 2025) menunjukkan bahwa paparan terhadap konten yang disampaikan oleh *financial influencer* dapat meningkatkan pemahaman investor mengenai kompetensi keuangan yang dimilikinya, sehingga mendorong pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional dan berbasis informasi. (Umakanth et al., 2024) juga menegaskan bahwa individu tidak hanya menerima informasi dari *financial influencer*, tetapi turut mengalami peningkatan literasi keuangan yang signifikan. Peningkatan literasi tersebut memengaruhi kemampuan individu dalam menilai risiko dan peluang investasi secara lebih objektif.

Dengan demikian, literasi keuangan berperan sebagai komponen penting yang menjembatani pengaruh *financial influencer* terhadap proses pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional, terarah, dan berbasis pengetahuan.

Hasil penelitian (Umakanth et al., 2024), dan (Fonseca, 2025) menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan yang baik berpengaruh positif dan signifikan karena berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *financial influencer* dan keputusan investasi.

H6: Financial literacy yang memediasi hubungan antara financial influencer dan investment decision memiliki pengaruh positif dan signifikan.

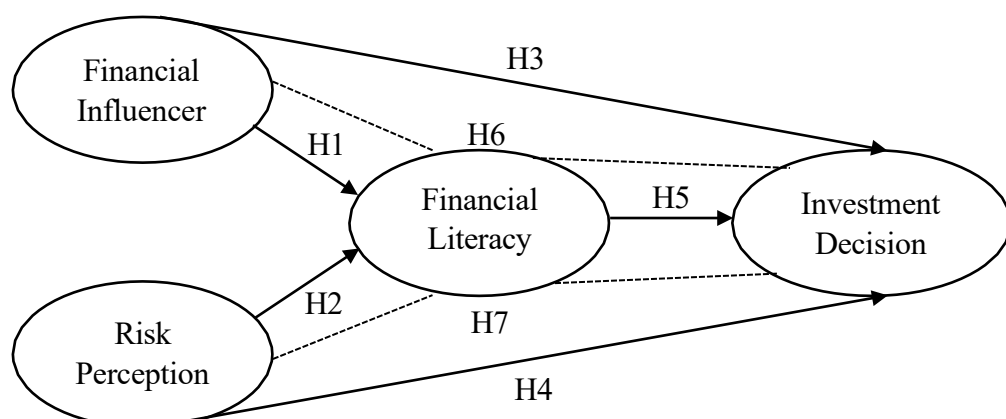
2.5.7. Pengaruh Risk Perception terhadap Investment Decision melalui Financial Literacy

Penelitian (Helmalianika & Siregar, 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting sebagai penghubung antara persepsi risiko investor dan keputusan investasi yang diambil. Investor dengan tingkat literasi keuangan yang baik mampu memahami serta mengevaluasi risiko investasi secara logis dan berbasis informasi, sehingga dapat menetapkan keputusan yang lebih bijaksana serta selaras dengan tujuan dan karakteristik risiko keuangannya.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian (Dinarjito et al., 2023), (Yanti & Endri, 2024), dan (Helmalianika & Siregar, 2025) menegaskan bahwa keahlian keuangan yang memediasi hubungan antara persepsi risiko dan keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan.

H7: Financial literacy yang memediasi hubungan antara risk perception dan investment decision memiliki pengaruh positif dan signifikan.

2.6. Kerangka Konsep



Gambar 2. 1 Model Empirik

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat eksplanatori. Fokus utama penelitian adalah menganalisis hubungan antarvariabel hipotesis melalui teknik analisis statistik. Oleh karena itu, metode kuantitatif dipilih sebagai kerangka penelitian. Pendekatan kausal digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara sistematis.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang mencakup individu atau objek dengan karakteristik tertentu. Penetapan populasi dilakukan sebagai batasan ruang lingkup kajian guna memperoleh temuan penelitian yang dapat dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan yang bersifat umum (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini melibatkan anak muda generasi Z, terutama mahasiswa yang berinvestasi di pasar modal. Mereka dipilih untuk melihat bagaimana mereka melihat financial influencer, persepsi risiko, dan pengetahuan keuangan, serta bagaimana hal-hal ini berdampak pada keputusan investasi mereka.

3.2.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan karakteristik yang terdapat dalam suatu populasi. Bagian ini dipilih oleh peneliti untuk merepresentasikan populasi secara menyeluruh sehingga dapat dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan penelitian (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini menggunakan teknik sampling purposive, yang berarti memilih sampel berdasarkan persyaratan tertentu.

Adapun kriteria responden adalah

1. Seorang mahasiswa yang aktif di kota Semarang.
2. Pernah mendengar tentang investasi.
3. Pernah melihat konten atau mengetahui financial influencer Timothy Ronald dan/ atau Andry Hakim.

Teori Model Persamaan Struktural (SEM) digunakan oleh penelitian ini untuk menentukan ukuran sampel. Menurut (Siregar et al., 2021), rentang ideal untuk penarikan sampel untuk setiap indikator adalah 5–10. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah karena ada 19 indikator. Maka sampelnya yaitu,

Sampel minimum : Jumlah indikator = 19

$$19 \times 5 = 95$$

Sampel maksimum : Jumlah indikator = 19

$$19 \times 10 = 190$$

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel menggunakan aturan 5–10 untuk setiap indikator, diperoleh bahwa kebutuhan sampel minimal adalah

95 responden, dan kebutuhan maksimal adalah 190 responden. Jumlah sampel penelitian sebesar 190 responden memenuhi batas minimal yang diminta dan dianggap cukup untuk menghasilkan analisis yang valid.

3.3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang dijadikan acuan dalam menentukan panjang pendeknya interval pada suatu instrumen ukur. Penggunaan skala ini memungkinkan instrumen menghasilkan data kuantitatif yang akurat, efektif, dan mudah dikomunikasikan. Melalui skala pengukuran, nilai variabel dapat direpresentasikan dalam bentuk angka sehingga mempermudah proses analisis data. Beberapa jenis skala yang umum digunakan dalam penelitian sosial, pendidikan, dan administrasi meliputi skala nominal, ordinal, interval, dan rasio (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini digunakan Skala Likert 1–5, yaitu skala psikometrik yang lazim dipakai untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat responden terhadap fenomena sosial. Indikator-indikator penelitian diturunkan ke dalam variabel yang diukur, kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan butir pernyataan pada instrumen penelitian (Sugiyono, 2013).

3.4. Sumber Data

3.4.1. Data Primer

Pada penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner, baik secara daring menggunakan Google

Form maupun secara luring melalui kuesioner cetak. Instrumen yang digunakan berbasis Skala Likert 1–5 dan disusun berdasarkan indikator pada masing-masing variabel penelitian. Data primer tersebut berperan penting dalam menjelaskan hubungan kausal antarvariabel, karena secara langsung merepresentasikan persepsi dan penilaian responden terhadap variabel yang diteliti.

3.4.2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder dimanfaatkan untuk memperkuat landasan teori, memperjelas konstruk variabel, serta mendukung penyusunan instrumen penelitian. Sumber data sekunder diperoleh dari laporan, buku, jurnal ilmiah, dan berbagai sumber daring yang relevan dengan teori literasi keuangan, *financial influencer*, persepsi risiko, dan keputusan investasi.

3.5. Variabel dan Indikator

Tabel 2.1 Variabel dan indikator

No	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	<i>Financial Influencer</i> Sejauh mana responden mempercayai tentang individual atau tokoh yang membagikan informasi keuangan dan investasi di media sosial (Adiningsih & Ghofar, 2022; Hamamci & Aren, 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Number of times the content has been shared</i> (frekuensi konten dibagikan) 2. <i>Useful and needed material</i> (berguna dan dibutuhkan) 3. <i>Main Character</i> 4. <i>Participation of secondary</i> 	Likert 1-5

		<p><i>character</i> (kolaborasi)</p> <p>5. <i>Background Education/ Profession</i></p> <p>6. <i>Experienced as a pratitioner</i> (Hasanah et al., 2025)</p>	
2	<p><i>Risk Perception</i> Sejauh mana pemahaman responden terhadap ketidakpastian dan kemungkinan kerugian, yang menyebabkan emosi negatif lebih dominan daripada analisis rasional. (Agustina et al., 2025; Leyani et al., 2024)</p>	<p>1. <i>Financial loss</i></p> <p>2. Ketidakpastian hasil investasi</p> <p>3. Risiko Psikologi (<i>Psychological risk</i>)</p> <p>4. Risiko Waktu (<i>Time Risk</i>) (Agustina et al., 2025; Rahayu & Afrilliana, 2021)</p>	Likert 1-5
3	<p><i>Financial Literacy</i> Persepsi responden terhadap kemampuan yang mencakup pemahaman, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk mengelola setiap aspek keuangan. (Menberu, 2024; Panjaitan & Listiadi, 2021)</p>	<p>1. <i>Financial attitude</i> (perencanaan keuangan)</p> <p>2. <i>Mastery of financial tools</i></p> <p>3. <i>The best alternative of options</i></p> <p>4. <i>Financial behavior</i> (pencatatan keuangan) (Oseifuah, 2010)</p>	Likert 1-5
4	<p><i>Investment Decision</i> Persepsi responden terhadap proses pengalokasian dana pada instrumen keuangan berdasarkan keuntungan, risiko, dan informasi. (Karo et al., 2025; Rahmawati, 2023)</p>	<p>1. <i>The expected gains percentage</i></p> <p>2. <i>Verify and confirm the information</i></p> <p>3. <i>Information easily available</i></p> <p>4. Pemilihan investasi dengan tingkat risiko yang rendah</p>	Likert 1-5

		5. Investasi untuk tabungan jangka panjang (Khoiroh et al., 2019; Sahi et al., 2013)	
--	--	---	--

3.6. Teknik Analisis

Teknik analisis data menjelaskan prosedur yang ditempuh peneliti dalam menguji hipotesis serta mencapai tujuan penelitian. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui pengolahan data numerik yang kemudian dianalisis dan diinterpretasikan secara deskriptif. Analisis statistik dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Partial Least Squares (PLS). Berdasarkan variabel dan data yang telah dihimpun, pengujian hipotesis dilaksanakan melalui beberapa tahapan analisis yang diuraikan pada bagian berikutnya.

3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang bertujuan menyajikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi data melalui proses pengelompokan, peringkasan, pengaturan, dan penyajian secara sistematis. Pendekatan ini memudahkan pembaca dalam memahami karakteristik data, menafsirkan informasi yang diperoleh, serta menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang dilakukan.

Dalam penelitian ini, penerapan skala Likert pada kuesioner yang disebarkan memerlukan perhitungan skor jawaban responden melalui rumus berikut (Ferdinand, 2014):

$$\text{Nilai Indeks} = ((F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) + (F5 \times 5)) / n$$

Keterangan :

F1 = Frekuensi yang menjawab 1 F2

= Frekuensi yang menjawab 2 F3 =

Frekuensi yang menjawab 3 F4 =

Frekuensi yang menjawab 4 F5 =

Frekuensi yang menjawab 5 n =

Jumlah responden

Analisis deskriptif tersebut dapat dijabarkan dalam rentang skala sebagai berikut (Ferdinand, 2014):

$$RS = \frac{m-n}{k}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala

m = Skor Maksimal

n = Skor Minimal

k = Jumlah Kategori

$$RS = \frac{5-1}{3}$$

$$RS = 1,33$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka kategori pengukurannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Interval Kriteria Rata-Rata

Kategori	Nilai Skor
Rendah	1,00-2,33
Sedang	2,34-3,67
Tinggi	3,68-5,00

3.6.2. Partial Least Square

Partial Least Squares (PLS) merupakan salah satu metode statistik dalam kerangka Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varian. PLS dikembangkan untuk mengatasi keterbatasan regresi linier berganda, khususnya pada penelitian dengan ukuran sampel relatif kecil, adanya multikolinieritas, serta kemungkinan data yang hilang. Metode ini memungkinkan evaluasi secara simultan terhadap model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas instrumen, sedangkan model struktural berfungsi menguji hipotesis penelitian dengan pendekatan prediktif.

3.6.3. Model Pengukuran atau Outer Model

3.6.3.1. Uji Validitas

Untuk memulai, peneliti menguji validitas konvergen dan diskriminan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini bertujuan untuk menilai tingkat kelayakan, keandalan, serta ketepatan instrumen pengukuran dalam mengumpulkan data penelitian.

a. Convergent Validity

Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana suatu konstruk mampu menjelaskan variasi pada indikator-indikator yang

merepresentasikannya. Konsep ini menegaskan bahwa indikator yang mengukur konstruk yang sama seharusnya memiliki tingkat korelasi yang tinggi. Penilaian validitas konvergen dilakukan menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE), yaitu rata-rata kuadrat *outer loading* seluruh indikator dalam satu konstruk. AVE merefleksikan proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk terkait.

Menurut (Rahadi, 2023), nilai AVE yang dapat diterima minimal sebesar 0,50, yang berarti konstruk mampu menjelaskan sekurang-kurangnya 50% varians indikatornya. Apabila nilai AVE berada di bawah 0,50, maka validitas konvergen dinilai belum memadai sehingga diperlukan evaluasi lebih lanjut terhadap indikator maupun konstruk yang bersangkutan.

b. Discriminant Validity

Sejauh mana konstruksi dalam model penelitian dapat dibedakan secara empiris dari konstruksi lainnya disebut validitas diskriminan. Nilai Average Variance Extracted (AVE) suatu konstruk dengan kuadrat korelasi antar konstruk dibandingkan untuk menguji validitas diskriminannya. Apabila nilai AVE konstruk lebih besar daripada kuadrat korelasi, konstruk tersebut dianggap memiliki validitas diskriminan yang memadai (Rahadi, 2023).

c. Average Variance Extracted (AVE)

Dalam model penelitian, validitas diskriminan merujuk pada kemampuan suatu konstruk untuk membedakan dirinya secara jelas dari

konstruk lainnya. Penilaian validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai Average Variance Extracted (AVE) masing-masing konstruk terhadap kuadrat korelasi antar konstruk. Konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai AVE lebih besar dibandingkan dengan kuadrat korelasi tersebut (Rahadi, 2023).

3.6.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya merupakan prosedur pengujian yang bertujuan menilai tingkat konsistensi dan keandalan setiap pernyataan dalam instrumen penelitian. Pengujian ini memiliki dua tujuan utama, yaitu memastikan bahwa alat ukur mampu menghasilkan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten terhadap konstruk yang diukur, serta memastikan konsistensi jawaban responden terhadap butir-butir kuesioner. Dalam analisis Partial Least Squares (PLS), reliabilitas umumnya dievaluasi menggunakan dua indikator utama, yaitu Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.

a. Composite Reliability

Composite Reliability merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai tingkat konsistensi indikator dalam merepresentasikan suatu konstruk. Ukuran ini menunjukkan sejauh mana indikator saling mendukung dalam mengukur konstruk secara efektif. Nilai Composite Reliability berada pada rentang 0 hingga 1, dengan batas minimum yang direkomendasikan sebesar 0,70 untuk menunjukkan reliabilitas yang

baik. Pada penelitian yang bersifat eksploratif, nilai antara 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima. Namun, nilai Composite Reliability yang terlalu tinggi, misalnya melebihi 0,95, dapat mengindikasikan adanya kesamaan indikator yang berlebihan atau redundansi dalam pengukuran (Rahadi, 2023).

b. Cronbach's Alpha

Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi internal antar komponen konstruk adalah Cronbach's Alpha, yang menunjukkan sejauh mana komponen tersebut saling berkorelasi dan memiliki kemampuan untuk mengukur konsep yang sama secara konsisten. Secara umum, nilai alfa Cronbach yang memadai adalah yang di atas 0,70, tetapi nilai kurang dari 0,60 masih dapat diterima dalam penelitian eksploratif. Nilai alfa Cronbach yang terlalu tinggi, seperti yang melebihi 0,95, dapat menunjukkan keseragaman indikator yang berlebihan, yang dapat mengurangi validitas konstruk yang diukur (Rahadi, 2023).

3.6.4. Model Struktural atau Inner Model

Metode PLS-SEM menggunakan inner model untuk menjelaskan hubungan struktural antar konstruk laten. Berdasarkan dasar teori atau asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya, bagian ini menunjukkan cara variabel-variabel berpengaruh satu sama lain. Secara visual, inner model direpresentasikan dalam bentuk diagram jalur berupa panah yang menghubungkan antar konstruk laten, yang menunjukkan arah hubungan

kausalitas. Inner model memiliki peran strategis dalam menguji kesesuaian hubungan antar konstruk dengan hipotesis penelitian yang diajukan, serta menjadi dasar dalam mengidentifikasi pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel dalam model penelitian. Dengan uraian sebagai berikut:

a. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi atau R-Square digunakan untuk mengukur besarnya proporsi varians pada konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk prediktor dalam model penelitian. Nilai R-Square berada pada rentang 0 hingga 1, di mana semakin tinggi nilainya menunjukkan kemampuan model yang semakin baik dalam menjelaskan variasi pada konstruk endogen.

- Nilai sekitar 0,75 dikategorikan kuat.
- Nilai sebesar 0,50 dianggap moderat.
- Nilai lemah sekitar 0,25.

Namun demikian, interpretasi nilai R-Square bersifat relatif dan sangat bergantung pada bidang kajian serta tingkat kompleksitas model yang digunakan. Oleh karena itu, R-Square membantu peneliti dalam mengevaluasi efektivitas model dalam menjelaskan hubungan antar variabel penelitian.

b. Predictive Relevant (Q-Square)

Kemampuan model untuk memprediksi nilai konstruk endogen diukur dengan ukuran yang dikenal sebagai predictive relevance (Q-

Square). Pengujian ini dilakukan dengan metode blindfolding, yang berarti data indikator dihilangkan secara sistematis. Kemudian, berdasarkan model yang telah dibangun, nilai yang dihilangkan diprediksi. Untuk mengetahui seberapa besar kesalahan prediksi, hasil prediksi dibandingkan dengan data observasi aktual (Rahadi, 2023).

Nilai Q-Square ditafsirkan dengan asumsi bahwa,

- Nilai Q-Square yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik.
- Nilai Q-Square yang kurang dari 0 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang rendah atau belum memadai.

c. F-Square

Nilai f-square adalah ukuran yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen dalam model penelitian. Perhitungan nilai f-square dilakukan dengan membandingkan nilai R-Square konstruk endogen ketika konstruk tersebut dimasukkan ke dalam model dengan nilai R-Square konstruk endogen ketika konstruk tersebut dikeluarkan. Penurunan nilai R-Square yang signifikan setelah konstruk dikeluarkan menunjukkan bahwa konstruk tersebut memiliki pengaruh yang substansial terhadap konstruk endogen.

Kriteria interpretasi nilai f-square secara umum dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu

- Nilai f-square sebesar 0,02 yang menunjukkan efek lemah.
- Nilai sebesar 0,15 yang mengindikasikan efek sedang.
- Efek yang kuat ditunjukkan dengan nilai 0,35.

Dengan demikian, ukuran f-square membantu peneliti dalam menilai sejauh mana suatu variabel berperan secara signifikan dalam menjelaskan variabel lain dalam model penelitian (Rahadi, 2023).

3.6.5. Analisis Pengujian Hipotesis

3.6.5.1. Analisis Direct Effect

Direct effect, juga dikenal sebagai pengaruh langsung, mengacu pada hubungan kausal antara satu variabel dengan variabel lainnya yang terjadi secara langsung tanpa melibatkan variabel perantara. Dalam model PLS-SEM, hubungan antara variabel independen dan variabel dependen digambarkan dengan satu arah panah.

Untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh langsung tersebut, hipotesis diuji dengan metode bootstrapping. Metode ini merupakan teknik pengambilan sampel ulang secara acak dari data yang tersedia untuk menguji kestabilan serta kekuatan hubungan antar variabel. Pengujian ini penting dilakukan guna memastikan bahwa hubungan yang dihasilkan didukung oleh data empiris dan bukan sekadar asumsi.

Kriteria berikut digunakan untuk menguji hipotesis:

1. Hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima apabila nilai t -statistic $> 1,96$ dan p -value $< 0,05$ pada tingkat signifikansi 5%.

2. Hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak apabila nilai t -statistic $\leq 1,96$ dan p -value $\geq 0,05$ pada tingkat signifikansi 5%.

3.6.5.2. Analisis Indirect Effect

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen disebut efek tidak langsung, yang terjadi karena adanya variabel mediator. Dengan demikian, pengaruh tersebut tidak berlangsung secara langsung, melainkan disalurkan melalui variabel perantara. Untuk menguji keberadaan pengaruh tersebut, dilakukan analisis mediasi guna memastikan bahwa hubungan antar variabel memang terjadi melalui mediator yang ditetapkan. Metode ini membantu memahami mekanisme hubungan kausal dalam model penelitian dan membedakan pengaruh langsung dan tidak langsung.

Adapun kriteria pengujian *indirect effect* adalah sebagai berikut:

- Pengaruh tidak langsung dianggap signifikan secara statistik jika nilai p -value kurang dari 0,05
- Pengaruh tidak langsung dinyatakan tidak signifikan secara statistik jika nilai p -value lebih besar dari 0,05.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Profil Responden

Penelitian ini berjudul “*Peran Mediasi Financial Literacy terhadap Financial Influencer dan Risk Perception dalam Meningkatkan Investment Decision*”. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *financial influencer* dan *risk perception* terhadap *investment decision* dengan *financial literacy* sebagai variabel mediasi.

Subjek dalam penelitian ini mencakup individu yang memiliki ketertarikan terhadap aktivitas investasi, baik pada instrumen pasar modal maupun instrumen keuangan lainnya. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran instrumen kuesioner menggunakan dua teknik, yaitu secara daring melalui platform Google Form serta secara luring dengan menggunakan kuesioner cetak. Proses pengumpulan data tersebut dilaksanakan dalam rentang waktu mulai tanggal 20 Desember 2025 hingga 21 Januari 2026.

Sebanyak 190 orang disurvei melalui kedua metode pengumpulan data tersebut, mereka terdiri dari 130 orang yang mengirimkan kuesioner secara online dan 60 orang yang mengirimkan kuesioner secara langsung. Semua data yang dikumpulkan dianggap layak untuk analisis lebih lanjut.

Karakteristik responden dianalisis berdasarkan sejumlah variabel demografis yang tercantum dalam instrumen penelitian, meliputi jenis kelamin, usia, asal perguruan tinggi, jenjang pendidikan (degree), semester studi,

kelompok keilmuan, tabungan, serta pengalaman dalam melakukan investasi. Analisis terhadap karakteristik tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai profil responden sekaligus memastikan kesesuaiannya dengan fokus dan tujuan penelitian.

4.1.1.1. Jenis Kelamin Responden

Tabel berikut menunjukkan perbedaan jenis kelamin berdasarkan hasil pengumpulan instrumen kuesioner dari 190 responden:

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	108	56,8%
2	Perempuan	82	43,2%
	Total	190	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.1, dari total 190 responden, sebanyak 108 orang (56,8%) berjenis kelamin laki-laki dan 82 orang (43,2%) berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sampel penelitian didominasi oleh responden laki-laki. Meskipun demikian, perbedaan proporsi tersebut tidak memengaruhi hasil penelitian, karena kedua kelompok tetap memberikan representasi yang memadai dalam menggambarkan kondisi empiris yang sebenarnya.

4.1.1.2. Usia Responden

Menurut hasil pengumpulan instrumen kuesioner dari 190 responden menunjukkan bahwa karakteristik responden menurut usia diklasifikasikan sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 2 Usia Responden

No	Kategori Usia	Jumlah	Persentase
1	18-22	176	92,6%
2	23-26	14	7,4%
Total		190	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Penelitian ini didominasi oleh 176 responden dalam rentang usia 18–22 tahun (92,6%), menunjukkan bahwa mayoritas responden berada di rentang usia mahasiswa awal hingga akhir masa studi sarjana, yang biasanya berada di fase eksplorasi dan pembentukan sikap serta perilaku keuangan dan investasi.

Sebanyak 14 orang (7,4%) dari responden berusia 23-26 tahun yang biasanya sedang mengalami fase transisi dari dunia akademik ke dunia kerja, sehingga lebih matang dalam membuat keputusan finansial daripada kelompok usia sebelumnya.

Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini memang terfokus pada populasi usia muda, khususnya mahasiswa yang sedang menempuh awal hingga akhir studi sarjana, sehingga temuan penelitian ini lebih merepresentasikan perilaku dan karakteristik generasi muda dalam konteks variabel yang diteliti.

Secara keseluruhan, komposisi usia responden yang didominasi oleh kelompok usia 18–22 tahun menunjukkan bahwa hasil penelitian ini lebih mencerminkan persepsi, literasi, serta perilaku generasi muda, khususnya mahasiswa, terhadap variabel-variabel yang diteliti.

4.1.1.3. Asal Perguruan Tinggi Responden

Menurut hasil pengumpulan instrumen kuesioner dari 190 responden menunjukkan bahwa karakteristik responden menurut asal perguruan tingginya dapat diklasifikasikan sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 3 Asal Perguruan Tinggi Responden

No	Asal Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentase
1	UNISSULA	109	57,4%
2	UDINUS	30	15,8%
3	UPGRIS	14	7,4%
4	UNNES	9	4,7%
5	UNDIP	7	3,7%
6	UIN WALISONGO	17	8,9%
7	POLINES	1	0,5%
8	STEKOM	1	0,5%
9	POLBITRADA	1	0,5%
10	UNWAHAS	1	0,5%
Total		190	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Menurut Tabel 4.3, responden penelitian berasal dari berbagai perguruan tinggi di Kota Semarang. Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) memberikan kontribusi terbesar dengan 109 orang, atau sekitar 57,4%, diikuti oleh Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) dengan 30 orang (15,8%) dan Universitas PGRI Semarang (UPGRIS) dengan 14 orang (7,4%).

Selanjutnya, responden dari UIN Walisongo berjumlah 17 orang (8,9%), Universitas Negeri Semarang (UNNES) sebanyak 9 orang (4,7%), serta Universitas Diponegoro (UNDIP) sebanyak 7 orang (3,7%). Adapun perguruan tinggi lain seperti POLINES, STEKOM, POLBITRADA, dan UNWAHAS masing-masing hanya menyumbang 1 responden atau sekitar 0,5%.

Hasil ini menunjukkan bahwa distribusi responden didominasi oleh mahasiswa dari UNISSULA. Meskipun demikian, tetap terdapat keterwakilan dari berbagai perguruan tinggi lainnya.

Tabel berikut menggambarkan data perguruan tinggi responden berdasarkan jenis perguruan tinggi, yaitu perguruan tinggi negeri dan swasta. Ini dilakukan

untuk memberikan gambaran yang lebih ringkas tentang karakteristik institusi pendidikan yang disurvei:

Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Perguruan Tinggi

No	Jenis Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentase
1	Perguruan Tinggi Negeri (PTN)	34	17,9%
2	Perguruan Tinggi Swasta (PTS)	156	82,1%
Total		190	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Sebanyak 156 orang atau 82,1% dari responden berasal dari perguruan tinggi swasta, sedangkan 34 orang atau 17,9% berasal dari perguruan tinggi negeri, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4.4.

Komposisi ini menunjukkan bahwa karakteristik responden penelitian lebih merepresentasikan mahasiswa dari lingkungan perguruan tinggi swasta. Meskipun demikian, tetap terdapat variasi latar belakang institusi dari perguruan tinggi negeri.

4.1.1.4. Jenjang Pendidikan (*Degree*) Responden

Data demografi responden berdasarkan jenjang pendidikan dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Jenjang Pendidikan Responden

No	Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	D3	2	1,1%
2	D4	1	0,5%
3	S1	186	97,9%
4	S2	1	0,5%
Total		190	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Menurut Tabel 4.5, mayoritas responden berasal dari jenjang pendidikan Strata 1 (S1), yang mencakup 186 orang, atau 97,9% dari total responden. Responden dari jenjang Diploma 3 (D3) berjumlah 2 orang, atau 1,1%, dan dari

jenjang Diploma 4 (D4) berjumlah 1 orang, atau 0,5%. Responden dari jenjang Strata 2 (S2) juga berjumlah 1 orang, atau 0,5%.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa program sarjana, sehingga karakteristik data penelitian ini sangat mewakili perspektif dan perilaku mahasiswa S1.

4.1.1.5. Semester Studi Responden

Menurut hasil pengumpulan instrumen kuesioner dari 190 responden menunjukkan bahwa karakteristik responden menurut semester studinya, diklasifikasikan sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 6 Semester Studi Responden

No	Semester Studi	Frekuensi	Persentase
1	1	23	12,1%
2	2	2	1,1%
3	3	31	16,3%
4	5	49	25,8%
5	7	81	42,6%
6	9	2	1,1%
7	CoAss	2	1,1%
Total		190	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.6, dapat diketahui bahwa responden penelitian berasal dari berbagai tingkatan semester. Adapun dari berbagai tingkatan semester tersebut dapat dikelompokkan menjadi 2 kelompok. Kelompok semester awal dan kelompok semester akhir. Kelompok semester awal terdiri dari semester 1, 2, dan 3. Sedangkan kelompok semester akhir terdiri dari semester 5, 7, 9, dan co-ass.

Berdasarkan pengelompokan tersebut dapat ditunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian berada pada kelompok semester akhir (70,5%), sedangkan

responden dari kelompok semester awal hanya sebesar 29,5%. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tahapan semester akhir. Secara konseptual, mahasiswa pada semester akhir telah menempuh lebih banyak proses pembelajaran dibandingkan mahasiswa pada semester awal, namun tingkat pemahaman dan pengalaman akademik masing-masing individu tetap dapat bervariasi.

4.1.1.6. Kelompok Keilmuan Responden

Hasil pengumpulan instrumen kuesioner dari 190 responden menunjukkan bahwa karakteristik responden dapat dikategorikan menurut kelompok keilmuannya, menurut tabel berikut:

Tabel 4. 7 Kelompok Keilmuan Responden

No	Kelompok Keilmuan	Frekuensi	Persentase
1	Agama dan keislaman	9	4,74%
2	Ekonomi dan bisnis	129	67,89%
3	Sosial dan humaniora	16	8,42%
4	Pendidikan	3	1,58%
5	Sains dan teknologi	20	10,53%
6	Kesehatan	13	6,84%
	Total	190	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.7, dapat diketahui bahwa responden penelitian berasal dari berbagai kelompok keilmuan. Responden terbanyak berasal dari kelompok keilmuan ekonomi dan bisnis yaitu sebanyak 129 orang (67,8%). Selanjutnya, responden dari kelompok sains dan teknologi berjumlah 20 orang (10,5%), diikuti oleh sosial humaniora sebanyak 16 orang (8,4%), kesehatan sebanyak 13 orang (6,8%), agama dan keislaman sebanyak 9 orang (4,7%), serta pendidikan sebanyak 3 orang (1,5%).

Kondisi ini menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki latar belakang keilmuan yang beragam dengan dominasi dari bidang ekonomi dan bisnis.

4.1.1.7. Tabungan Responden

Hasil pengumpulan instrumen kuesioner dari 190 responden menunjukkan bahwa karakteristik responden dapat dikategorikan menurut uang saku atau pendapatan bulanan mereka. Karakteristik ini digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 8 Uang Saku Atau Pendapatan Yang Dapat Disisihkan Responden

No	Tabungan	Frekuensi	Persentase
1	<Rp100.000	37	19,5%
2	Rp100.000-Rp500.000	74	38,9%
3	Rp600.000-Rp1.000.000	42	22,1%
4	>Rp1.000.000	37	19,5%
Total		190	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.8, dapat diketahui bahwa jumlah tabungan responden berada pada rentang yang bervariasi. Adapun rentang tabungan yang bervariasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi 2 kelompok, kelompok tabungan \leq Rp500.000 dan kelompok tabungan $>$ Rp500.000.

Berdasarkan pengelompokkan tersebut, menunjukkan bahwa sebagian besar responden (58,4%) berada pada kelompok tabungan dengan rentang \leq Rp500.000, sedangkan 41,6% responden berada pada kelompok tabungan dengan rentang $>$ Rp500.000. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas kondisi kemampuan finansial responden dalam hal tabungannya berada pada rentang \leq Rp500.000.

4.1.1.8. Pengalaman Investasi Responden

Hasil pengumpulan instrumen kuesioner dari 190 responden menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pengalaman investasi, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 9 Pengalaman Investasi Responden

No	Pengalaman Investasi	Frekuensi	Persentase
1	Ya	146	76,8%
2	Tidak	44	23,2%
Total		190	100%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Dari 146 orang yang berpartisipasi dalam penelitian ini, yang menyatakan bahwa mereka pernah melakukan investasi, sebagian besar responden telah memiliki pengalaman investasi, menurut Tabel 4.9. Sebaliknya, responden yang belum memiliki pengalaman investasi hanya berjumlah 44 orang (23,2%), sehingga proporsinya jauh lebih kecil dibandingkan kelompok responden yang berpengalaman.

Dominasi responden dengan pengalaman investasi ini menunjukkan bahwa karakteristik sampel penelitian lebih banyak merepresentasikan individu yang telah mengenal dan terlibat langsung dalam aktivitas investasi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa hasil analisis pada penelitian ini lebih mencerminkan pandangan, sikap, dan perilaku responden yang sudah memiliki keterlibatan nyata dalam pengambilan keputusan investasi, bukan sekadar persepsi dari responden yang belum pernah berinvestasi.

4.1.2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis deskriptif variabel bertujuan menyajikan gambaran komprehensif mengenai masing-masing variabel penelitian sehingga memudahkan pemahaman terhadap respons responden atas indikator yang digunakan. Analisis ini didasarkan pada jawaban responden terhadap butir pertanyaan dalam kuesioner. Variabel yang dikaji meliputi *financial influencer*, persepsi risiko, *financial literacy*, dan keputusan investasi.

4.1.2.1. Analisis Deskripsi Variabel *Financial Influencer*

Variabel *financial influencer* terdiri atas enam indikator. Tanggapan responden terhadap setiap pernyataan pada variabel ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Tanggapan Responden Variabel *Financial Influencer*

No	Indikator	Skor					Rata-rata	Keterangan
		STS	TS	CS	ST	SS		
1	<i>Number of times the has been shared</i>	1	30	189	304	175	3,68	Tinggi
2	<i>Useful material and needed</i>	1	20	198	324	160	3,70	Tinggi
3	<i>Main character</i>	1	22	234	256	180	3,65	Sedang
4	<i>Participation of secondary character</i>	1	32	228	244	180	3,61	Sedang
5	<i>Background education or profession</i>	1	22	192	256	250	3,79	Tinggi
6	<i>Experience as a practitioner</i>	1	20	207	292	185	3,71	Tinggi
Nilai Rata-rata							3,69	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.11, tanggapan responden terhadap variabel *financial influencer* berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 3,69. Hal

ini menunjukkan bahwa responden menilai financial influencer memiliki peran yang cukup penting dalam menyampaikan informasi dan edukasi keuangan. Namun demikian, terdapat perbedaan tingkat penilaian antar indikator yang memberikan makna analitis lebih lanjut.

Respons responden tertinggi tercatat pada indikator Background Education or Profession, dengan skor rata-rata sebesar 3,79, yang mengindikasikan bahwa responden sangat memperhatikan latar belakang pendidikan dan profesi yang dimiliki oleh *financial influencer*. Kredibilitas yang bersumber dari kompetensi formal dan pengalaman profesional menjadi faktor utama yang meningkatkan kepercayaan responden terhadap informasi keuangan yang disampaikan. Responden cenderung lebih mempercayai *influencer* yang memiliki keahlian nyata di bidang keuangan dibandingkan yang hanya mengandalkan popularitas di media sosial.

Sebaliknya, indikator dengan nilai tanggapan terendah terdapat pada Participation of secondary character dengan nilai rata-rata sebesar 3,61 (kategori sedang). Hasil ini menunjukkan bahwa keterlibatan tokoh pendukung atau kolaborator dalam konten *financial influencer* tidak dianggap memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan responden. Responden lebih memusatkan perhatian pada figur utama *financial influencer* dibandingkan pada pihak lain yang ikut tampil dalam konten.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan audiens lebih dibangun oleh kejelasan otoritas individu dibandingkan dengan banyaknya pihak yang terlibat dalam penyampaian pesan. Dengan kata lain, audiens lebih

mempercayai satu figur yang memiliki kompetensi jelas daripada beberapa tokoh yang hadir tanpa kejelasan tingkat keahlian masing-masing. Hal ini memperkuat makna bahwa kredibilitas financial influencer tidak hanya dipengaruhi oleh cara penyampaian konten, tetapi terutama oleh kompetensi yang dapat dibuktikan secara nyata, baik melalui latar belakang pendidikan, profesi, maupun pengakuan formal seperti sertifikasi di bidang keuangan.

4.1.2.2. Analisis Deskripsi Variabel Risk Perception

Variabel Risk Perception terdiri dari empat indikator. Respons responden terhadap masing-masing pernyataan dalam variabel ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Responden Variabel Risk Perception

No	Indikator	Skor					Rata-rata	Keterangan
		STS	TS	CS	ST	SS		
1	<i>Financial loss</i>	0	54	165	276	195	3,63	Sedang
2	Ketidakpastian hasil investasi	1	40	183	268	205	3,67	Sedang
3	Risiko psikologi	1	32	222	248	185	3,62	Sedang
4	Risiko waktu	0	32	114	228	395	4,05	Tinggi
Nilai Rata-rata							3,74	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.12, seluruh indikator pada variabel *Risk Perception* berada pada kategori sedang hingga tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,74 (kategori tinggi). Perlu dipahami bahwa variabel *Risk Perception* dalam penelitian ini mengukur sejauh mana pemahaman responden terhadap berbagai aspek risiko dalam investasi, bukan sekadar tingkat kekhawatiran terhadap risiko tersebut.

Indikator dengan nilai tanggapan tertinggi terdapat pada Risiko waktu dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 (kategori tinggi). Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman yang sangat baik bahwa investasi memerlukan waktu dan tidak memberikan hasil secara instan. Responden menyadari bahwa proses investasi membutuhkan kesabaran dan perencanaan jangka panjang.

Indikator Ketidakpastian hasil investasi menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,67 (kategori sedang), yang mengindikasikan bahwa responden cukup memahami bahwa hasil investasi tidak selalu sesuai dengan harapan dan mengandung unsur ketidakpastian.

Sementara itu, indikator *Financial loss* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,63 (kategori sedang), yang menunjukkan bahwa responden sudah memahami adanya kemungkinan kehilangan dana dalam investasi, namun pemahaman ini masih sedikit lebih baik dibandingkan pemahaman mengenai risiko psikologis.

Selanjutnya, indikator dengan nilai tanggapan terendah terdapat pada Risiko psikologi dengan nilai rata-rata sebesar 3,62 (kategori sedang). Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman responden mengenai tekanan emosional dan kondisi psikologis yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan saat menghadapi risiko investasi belum sekuat pemahaman mereka terhadap aspek risiko lainnya.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman responden terhadap risiko investasi lebih dominan pada aspek proses dan durasi investasi dibandingkan pada aspek kerugian finansial dan tekanan psikologis.

4.1.2.3. Analisis Deskripsi Variabel Financial Literacy

Variabel Literasi Keuangan terdiri atas empat indikator. Tanggapan responden terhadap setiap pernyataan pada variabel ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Tanggapan Responden Variabel Financial Literacy

No	Indikator	Skor					Rata-rata	Keterangan
		STS	TS	CS	ST	SS		
1	<i>Financial attitude</i>	0	24	63	188	550	4,34	Tinggi
2	<i>Mastery of financial tools</i>	0	14	171	304	250	3,89	Tinggi
3	<i>The best alternative of options</i>	0	24	57	272	455	4,25	Tinggi
4	<i>Financial behavior</i>	0	34	168	260	260	3,80	Tinggi
Nilai Rata-rata							4,07	Tinggi

Sumber : *Data primer yang diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.13, seluruh indikator pada variabel *Financial Literacy* berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,07. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat literasi keuangan yang baik dalam memahami, mempertimbangkan, dan mengambil keputusan terkait keuangan.

Indikator dengan nilai tanggapan tertinggi terdapat pada *Financial attitude* dengan nilai rata-rata sebesar 4,34 (kategori tinggi). Perlu dipahami bahwa dalam penelitian ini, *financial attitude* diartikan sebagai kemampuan responden dalam memiliki perencanaan keuangan jangka panjang. Temuan ini menunjukkan bahwa responden sudah memiliki kesadaran yang sangat baik

dalam merencanakan keuangan untuk masa depan, termasuk dalam mempertimbangkan investasi dan pengelolaan keuangan secara berkelanjutan.

Indikator *The best alternative of options* juga menunjukkan nilai tinggi dengan rata-rata 4,25, yang mengindikasikan bahwa responden memiliki kemampuan yang baik dalam mempertimbangkan berbagai alternatif pilihan keuangan sebelum mengambil keputusan.

Indikator *Mastery of financial tools* dengan nilai rata-rata 3,89 menunjukkan bahwa responden cukup memahami penggunaan instrumen atau alat keuangan, namun pemahaman ini belum sekuat aspek perencanaan keuangan dan pertimbangan alternatif pilihan.

Sebaliknya, indikator dengan nilai tanggapan terendah terdapat pada *Financial behavior* dengan nilai rata-rata sebesar 3,80, meskipun masih dalam kategori tinggi. Dalam penelitian ini, *financial behavior* diartikan sebagai kebiasaan rutin mencatat pemasukan dan pengeluaran. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki perencanaan keuangan jangka panjang yang baik, kebiasaan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari melalui pencatatan keuangan belum sekuat aspek perencanaan tersebut.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan responden lebih dominan pada aspek perencanaan keuangan jangka panjang dan kemampuan mempertimbangkan pilihan keuangan, dibandingkan pada aspek kebiasaan pengelolaan keuangan sehari-hari dan penguasaan alat keuangan.

4.1.2.4. Analisis Deskripsi Variabel Investment Decision

Variabel keputusan investasi terdiri atas lima indikator. Tanggapan responden terhadap setiap pernyataan pada variabel ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Tanggapan Responden Variabel Investment Decision

No	Indikator	Skor					Rata-rata	Keterangan
		STS	TS	CS	ST	SS		
1	<i>The expected gains percentage</i>	0	36	69	328	335	4,04	Tinggi
2	<i>Verify and confirm the information</i>	0	26	57	244	485	4,27	Tinggi
3	<i>Information easily available</i>	0	20	81	264	435	4,21	Tinggi
4	Pemilihan investasi dengan tingkat risiko rendah	0	30	111	296	320	3,98	Tinggi
5	Investasi untuk tabungan jangka panjang	0	18	84	244	485	4,27	Tinggi
Nilai Rata-rata							4,16	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.14, seluruh indikator pada variabel *Investment Decision* berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,16. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan yang baik dalam mengambil keputusan investasi secara rasional dan terukur.

Indikator dengan nilai tanggapan tertinggi terdapat pada *Verify and confirm the information* dan Investasi untuk tabungan jangka panjang dengan nilai rata-rata masing-masing sebesar 4,27. Temuan ini menunjukkan bahwa sebelum mengambil keputusan investasi, responden cenderung melakukan verifikasi dan

konfirmasi informasi terlebih dahulu serta memiliki orientasi investasi untuk tujuan jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa responden tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang bersifat persuasif tanpa melakukan pengecekan kebenarannya.

Indikator *The information easily available* juga menunjukkan nilai yang tinggi dengan rata-rata 4,21, yang menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan investasi responden.

Indikator *The expected gains percentage* dengan nilai rata-rata 4,04 menunjukkan bahwa responden tetap mempertimbangkan potensi keuntungan dalam keputusan investasi, namun bukan sebagai satu-satunya dasar pertimbangan.

Sementara itu, indikator dengan nilai tanggapan terendah terdapat pada Pemilihan investasi dengan tingkat risiko rendah dengan nilai rata-rata sebesar 3,98, meskipun masih dalam kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa responden tidak selalu menjadikan risiko rendah sebagai pertimbangan utama dalam memilih investasi. Dengan kata lain, responden bersedia mempertimbangkan instrumen dengan risiko yang lebih tinggi selama informasi yang diperoleh telah diverifikasi dan sesuai dengan tujuan investasi jangka panjang mereka.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa keputusan investasi responden lebih didominasi oleh verifikasi informasi dan orientasi jangka panjang, dibandingkan

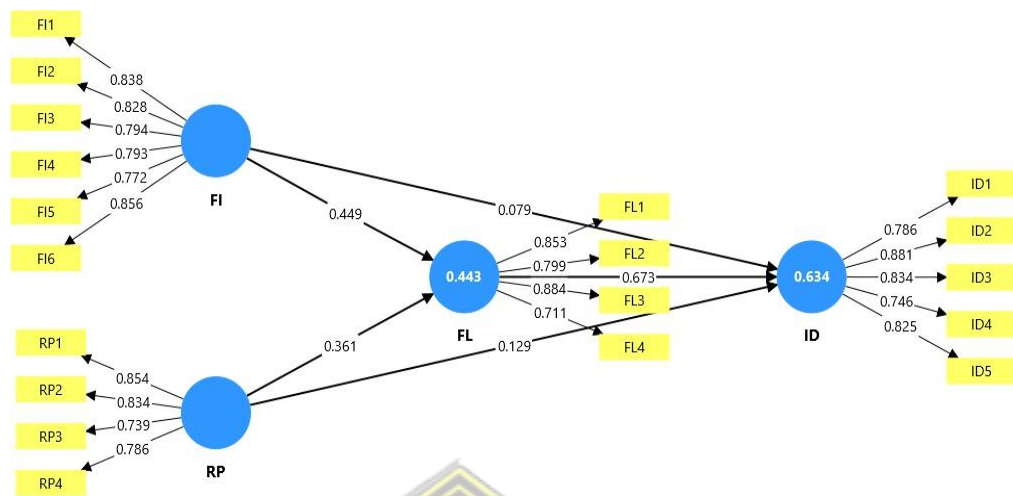
semata-mata pada pertimbangan tingkat risiko rendah atau besaran keuntungan yang diharapkan.

4.1.3. Analisis Outer Model

Outer model atau *measurement model* digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikator pembentuknya. Pengujian *outer model* dilakukan dengan memanfaatkan prosedur analisis yang tersedia pada aplikasi SmartPLS. Pada tahap ini, evaluasi difokuskan pada pengujian validitas, reliabilitas, dan multikolinearitas guna memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki kualitas dan kelayakan yang memadai.

4.1.3.1. Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian dilakukan untuk menilai ketepatan alat ukur dalam merepresentasikan konstruk yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*. Validitas konvergen dievaluasi berdasarkan nilai *outer loading* yang disyaratkan melebihi 0,70. Analisis data melibatkan 190 responden. Gambar berikut menampilkan hasil evaluasi *outer model* yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan aplikasi SmartPLS.



Gambar 4. 1 Outer Model

Sumber : *Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026*

Seluruh indikator penelitian telah memenuhi kriteria validitas, yang ditunjukkan dari hasil pengolahan data di mana semua nilai *outer loading* indikator berada di atas ambang batas 0,70, sebagaimana terlihat pada Gambar 4.1. Bagian berikut akan membahas secara rinci nilai *outer loading* pada masing-masing indikator.

4.1.3.1.1. Uji Convergent Validity

Validitas konvergen didefinisikan sebagai tingkat keterkaitan antara satu indikator dengan indikator lain yang digunakan untuk mengukur konstruk yang sama atau serupa. Pengujian validitas konvergen bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu secara akurat merepresentasikan konstruk atau variabel laten yang diukur. Pada pengujian ini, nilai *outer loading* setiap indikator harus lebih besar dari 0,70. Tabel berikut menyajikan hasil evaluasi *outer model* terkait validitas konvergen dalam penelitian ini.

Tabel 4. 14 Nilai Convergent Validity

	Financial Influencer	Financial Literacy	Investment Decision	Risk Perception
FI1	0,838			
FI2	0,828			
FI3	0,794			
FI4	0,793			
FI5	0,772			
FI6	0,856			
FL1		0,853		
FL2		0,799		
FL3		0,884		
FL4		0,711		
ID1			0,786	
ID2			0,881	
ID3			0,834	
ID4			0,746	
ID5			0,825	
RP1				0,854
RP2				0,834
RP3				0,739
RP4				0,786

Sumber : Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026

Nilai *outer loading* untuk setiap indikator pada variabel penelitian disajikan dalam Tabel 4.14. Indikator FI1 memiliki nilai 0,838, FI2 sebesar 0,828, FI3 sebesar 0,794, FI4 sebesar 0,793, FI5 sebesar 0,772, dan FI6 sebesar 0,856. Semua indikator pada variabel ini telah melampaui batas minimum yang ditetapkan, menunjukkan bahwa masing-masing indikator secara memadai merepresentasikan konstruk yang diukur.

Selanjutnya, pada variabel Financial Literacy, indikator FL1 mencatat nilai *outer loading* sebesar 0,853, FL2 sebesar 0,799, FL3 sebesar 0,884, dan FL4 sebesar 0,711. Hasil menunjukkan bahwa kriteria validitas konvergen telah dipenuhi oleh semua indikator variabel pengetahuan keuangan.

Pada variabel *Investment Decision*, indikator ID1 memperoleh nilai *outer loading* sebesar 0,786, ID2 sebesar 0,881, ID3 sebesar 0,834, ID4 sebesar 0,746, dan ID5 sebesar 0,825. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator variabel keputusan investasi dapat dengan baik menggambarkan struktur yang diukur.

Sementara itu, pada variabel *Risk Perception*, indikator RP1 memiliki nilai *outer loading* sebesar 0,854, RP2 sebesar 0,834, RP3 sebesar 0,739, dan RP4 sebesar 0,786. Semua indikator pada variabel ini menunjukkan nilai *outer loading* di atas 0,70, menandakan bahwa setiap indikator secara memadai merepresentasikan konstruk yang diukur.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel penelitian telah memenuhi kriteria validitas konvergen, dengan nilai *outer loading* di atas 0,70. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan untuk tahap analisis berikutnya.

4.1.3.1.2. Uji Discriminant Validity

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk laten dalam model penelitian memiliki perbedaan yang jelas satu sama lain. Pengujian validitas diskriminan dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu *cross loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Pendekatan *cross loading* bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu konstruk laten mampu membedakan dirinya dari konstruk lain, dengan membandingkan nilai korelasi antara indikator dengan konstruk aslinya terhadap korelasi indikator tersebut dengan konstruk lainnya.

Hasil pengujian validitas diskriminan berdasarkan nilai *cross loading* antar indikator dan konstruk menunjukkan bahwa konstruk laten memiliki validitas diskriminan yang baik. Hal ini terjadi ketika nilai korelasi indikator terhadap konstruk yang diwakilinya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi indikator terhadap konstruk lain dalam model (Siregar et al., 2021). Tabel berikut menyajikan hasil uji validitas diskriminan berdasarkan *cross loading* antar indikator dan konstruk.

Tabel 4. 15 Nilai Cross Loading Setiap Variabel

	Financial Influencer	Financial Literacy	Investment Decision	Risk Perception
FI1	0.838	0.483	0.442	0.272
FI2	0.828	0.467	0.435	0.264
FI3	0.794	0.504	0.425	0.284
FI4	0.793	0.412	0.333	0.278
FI5	0.772	0.466	0.396	0.314
FI6	0.856	0.458	0.443	0.266
FL1	0.413	0.853	0.710	0.413
FL2	0.499	0.799	0.553	0.386
FL3	0.481	0.884	0.726	0.487
FL4	0.484	0.711	0.550	0.383
ID1	0.454	0.611	0.786	0.458
ID2	0.442	0.728	0.881	0.446
ID3	0.382	0.634	0.834	0.412
ID4	0.427	0.609	0.746	0.349
ID5	0.371	0.611	0.825	0.381
RP1	0.259	0.401	0.383	0.854

RP2	0.295	0.449	0.342	0.834
RP3	0.298	0.337	0.398	0.739
RP4	0.256	0.455	0.480	0.786

Sumber : *Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026*

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi, di mana nilai korelasi setiap indikator terhadap konstruk aslinya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasinya terhadap konstruk lain. Sebagai contoh, nilai *loading* indikator FI1 pada variabel *financial influencer* sebesar 0,838, lebih tinggi daripada nilai korelasinya dengan konstruk *financial literacy* (0,483), keputusan investasi (0,442), dan persepsi risiko (0,272).

Pada variabel Financial Literacy, indikator FL3 menunjukkan nilai loading tertinggi sebesar 0,884, yang lebih besar dibandingkan nilai pada konstruk Financial Influencer (0,481), Investment Decision (0,726), dan Risk Perception (0,487). Selain itu, nilai loading indikator ID2 untuk variabel keputusan investasi sebesar 0,881 lebih besar daripada nilai konstruk pengaruh keuangan (0,442), literasi keuangan (0,728), dan persepsi risiko (0,446).

Sementara itu, pada variabel *Risk Perception*, indikator RP1 memiliki nilai *loading* sebesar 0,854, yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada konstruk *Financial Influencer* (0,259), *Financial Literacy* (0,401), dan *Investment Decision* (0,383). Dengan demikian, seluruh indikator menunjukkan nilai *cross loading* tertinggi pada konstruk aslinya, sehingga model penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

4.1.3.1.3. Uji Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE dari masing-masing konstruk berbeda-beda dalam pengujian validitas diskriminan. Pengujian AVE digunakan sebagai salah satu kriteria utama dalam pengujian ini untuk mengukur besarnya proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh suatu konstruk dibandingkan dengan varians yang disebabkan oleh kesalahan pengukuran. Nilai AVE yang diperoleh harus lebih besar dari 0,50 (Siregar et al., 2021). Tabel berikut menunjukkan nilai AVE untuk masing-masing konstruk yang terlibat dalam penelitian ini.

Tabel 4. 16 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Financial Influencer	0,663	Valid
Financial Literacy	0,663	Valid
Investment Decision	0,665	Valid
Risk Perception	0,647	Valid

Sumber : *Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026*

Setiap konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, yang ditunjukkan oleh nilai *Average Variance Extracted (AVE)* masing-masing variabel, yaitu 0,663 untuk *Financial Influencer*, 0,663 untuk *Financial Literacy*, 0,665 untuk *Investment Decision*, dan 0,647 untuk *Risk Perception*. Semua nilai AVE tersebut berada di atas ambang batas minimum 0,5, sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.17.

4.1.3.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa konsisten dan andal instrumen penelitian untuk mengukur konstruk tertentu. Suatu instrumen dianggap reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan

menunjukkan tingkat konsistensi atau kekonsistenan secara konsisten dari waktu ke waktu (Siregar et al., 2021). Dalam penelitian ini, dua ukuran utama komposisi reliabilitas dan Cronbach's alpha digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas indikator pada setiap blok konstruk. Cronbach's alpha digunakan untuk mengevaluasi konsistensi internal indikator-indikator yang menunjukkan variabel laten.

4.1.3.2.1. Uji Composite Reliability

Composite reliability digunakan untuk menilai tingkat konsistensi internal suatu konstruk secara menyeluruh. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* yang diperoleh lebih besar dari 0,70 (Siregar et al., 2021). Hasil pengujian *composite reliability* dari evaluasi *outer model* disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 17 Nilai Composite Reliability (Rho_A)

Variabel	Nilai Composite Reliability (Rho_A)
<i>Financial Influencer</i>	0,900
<i>Financial Literacy</i>	0,838
<i>Investment Decision</i>	0,878
<i>Risk Perception</i>	0,822

Sumber : Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.18, nilai *Composite Reliability* untuk seluruh variabel penelitian melebihi 0,70, yaitu *Financial Influencer* sebesar 0,900, *Financial Literacy* 0,838, *Investment Decision* 0,878, dan *Risk Perception* 0,822. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel telah memenuhi kriteria *Composite Reliability*, menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi pada seluruh konstruk.

4.1.3.2.2. Uji Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk menilai tingkat konsistensi internal suatu instrumen atau data psikometrik. Suatu konstruk dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60 (Siregar et al., 2021). Nilai *Cronbach's Alpha* untuk penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 18 Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha
<i>Financial Influencer</i>	0,898
<i>Financial Literacy</i>	0,828
<i>Investment Decision</i>	0,873
<i>Risk Perception</i>	0,818

Sumber : Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026

Setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, yaitu *Financial Influencer* 0,898, *Financial Literacy* 0,828, *Investment Decision* 0,873, dan *Risk Perception* 0,818. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria yang ditetapkan dan konstruk-konstruk tersebut dianggap reliabel, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.19.

4.1.3.3. Uji Multikolinearitas

Nilai Variasi Inflasi Factor (VIF) dievaluasi untuk memastikan bahwa tidak ada hubungan multikolinearitas antar variabel dalam model struktural melalui pengukuran Inner VIF. Nilai Inner VIF yang di bawah 5 atau memiliki nilai toleransi di atas 0,10 menunjukkan bahwa model tidak memiliki masalah

multikolinearitas (Siregar et al., 2021). Tabel berikut menunjukkan nilai VIF penelitian ini.

Tabel 4. 19 Nilai Collinearity Statistics (VIF)

	Financial Influencer	Financial Literacy	Investment Decision	Risk Perception
<i>Financial Influencer</i>		1,134	1,496	
<i>Financial Literacy</i>			1,796	
<i>Investment Decision</i>				
<i>Risk Perceptioon</i>		1,134	1,367	

Sumber : Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.20, hasil perhitungan *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* di atas 0,1 dan nilai VIF kurang dari 5. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian bebas dari pelanggaran asumsi multikolinearitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat korelasi antarvariabel independen, hubungan tersebut masih berada dalam batas yang wajar dan tidak menimbulkan masalah multikolinearitas pada model yang digunakan.

4.1.4. Analisis Inner Model

Dalam penelitian ini, model struktural, juga dikenal sebagai inner model, menjelaskan dan memprediksi hubungan kausal antar variabel laten, atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Evaluasi inner model dilakukan melalui pengujian nilai R-Square (R^2), Q-Square (Q^2), dan ukuran efek (f^2). Nilai-nilai ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kontribusi pengaruh antar variabel dalam model penelitian.

4.1.4.1. Uji R-Square (R^2)

Sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen dapat diukur menggunakan *koefisien determinasi*, atau *R-Square*. Menurut (Rahadi, 2023), interpretasi nilai R^2 dibagi menjadi tiga kategori: nilai 0,67 menunjukkan kekuatan yang tinggi, 0,33 menunjukkan kekuatan sedang, dan 0,19 menunjukkan kekuatan yang lemah. Tabel berikut menyajikan hasil perhitungan *R-Square* dalam penelitian ini.

Tabel 4. 20 Nilai R-Square (R^2)

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
<i>Financial Literacy</i>	0,443	0,437
<i>Investment Decision</i>	0,634	0,628

Sumber : Data primer yang diolah dengan *SmartPLS*, 2026

Berdasarkan Tabel 4.21, analisis menunjukkan bahwa variabel *Financial Literacy* memiliki nilai R-Square sebesar 0,443 atau 44,3%, yang termasuk kategori moderat dalam hal pengaruh mediasi. Sedangkan variabel *Investment Decision* memiliki nilai R-Square sebesar 0,634 atau 63,4%, yang tergolong kategori baik. Selain itu, faktor-faktor eksternal yang tidak dianalisis dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 55,7% terhadap variabel *Financial Literacy* dan 46,6% terhadap variabel *Investment Decision*.

4.1.4.2. Uji Q-Square

Kemampuan model dalam memprediksi nilai observasi dinilai melalui pengujian *Q-Square* (Q^2). Nilai Q^2 yang lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik. Menurut (Rahadi, 2023), interpretasi nilai Q^2 dibagi menjadi tiga kategori: 0,02 menunjukkan

prediksi lemah, 0,15 menunjukkan prediksi sedang, dan 0,35 atau lebih menunjukkan prediksi yang kuat.

Tabel 4. 101 Nilai Q-Square (Q^2)

	Q^2_{predict}	RMSE	MAE
<i>Financial Literacy</i>	0,430	0,768	0,583
<i>Investment Decision</i>	0,363	0,812	0,621

Sumber : Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.22, hasil pengujian *Q-Square* menunjukkan bahwa nilai prediktif untuk variabel *Financial Literacy* sebesar 0,430 dan untuk variabel *Investment Decision* sebesar 0,363. Kedua nilai ini berada di atas ambang 0,35, menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang tinggi untuk kedua konstruk laten tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa model penelitian efektif dalam menjelaskan hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi.

Selain itu, tingkat kesalahan prediksi diukur menggunakan *Mean Absolute Error (MAE)* dan *Root Mean Square Error (RMSE)*. Untuk *Financial Literacy*, RMSE tercatat sebesar 0,768 dan MAE sebesar 0,583, sedangkan untuk *Investment Decision*, RMSE sebesar 0,812 dan MAE sebesar 0,621. Nilai kesalahan prediksi yang lebih rendah pada *Financial Literacy* menunjukkan akurasi model yang lebih tinggi dalam memprediksi variabel ini dibandingkan dengan *Investment Decision*. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan relevansi prediktif yang kuat dari model dan keandalannya dalam menjelaskan variabel-variabel yang diteliti.

4.1.4.3. Uji F-Square

Untuk menilai besarnya kontribusi pengaruh suatu variabel laten terhadap variabel laten lainnya, pengujian *F-Square (f^2)* digunakan dalam evaluasi model

struktural. Nilai f^2 diklasifikasikan ke dalam tiga kategori: 0,02 menunjukkan pengaruh lemah, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh kuat. Nilai f^2 di bawah 0,02 menandakan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Tabel berikut menyajikan hasil perhitungan nilai f^2 dalam penelitian ini.

Tabel 4. 22 Uji F-Square

	<i>Financial Influencer</i>	<i>Financial Literacy</i>	<i>Investment Decision</i>	<i>Risk Perception</i>
<i>Financial Influencer</i>		0,320	0,011	
<i>Financial Literacy</i>			0,690	
<i>Investment Decision</i>				
<i>Risk Perception</i>		0,206	0,033	

Sumber : *Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.23, pengaruh *Financial Influencer* terhadap *Financial Literacy* memiliki nilai f^2 sebesar 0,320, berada di atas ambang 0,15, sehingga termasuk dalam kategori pengaruh sedang. Sebaliknya, pengaruh *Financial Influencer* terhadap *Investment Decision* hanya sebesar 0,011, di bawah ambang 0,02, sehingga dianggap tidak signifikan secara substantif.

Analisis hubungan antara *Financial Literacy* dan *Investment Decision* menunjukkan nilai f^2 sebesar 0,690, melampaui batas 0,35, yang termasuk dalam kategori pengaruh kuat. Hal ini menandakan bahwa literasi keuangan memberikan kontribusi paling besar terhadap keputusan investasi.

Sementara itu, pengaruh *Risk Perception* terhadap *Financial Literacy* tercatat sebesar 0,206, di atas 0,15, sehingga dikategorikan sebagai pengaruh

sedang. Namun, pengaruh *Risk Perception* terhadap *Investment Decision* hanya mencapai 0,033, yang termasuk dalam kategori pengaruh lemah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model penelitian ini, literasi keuangan memiliki peranan paling dominan dalam memengaruhi keputusan investasi, sementara pengaruh *Financial Influencer* dan *Risk Perception* terhadap keputusan investasi relatif lebih rendah. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan faktor utama yang menentukan perilaku pengambilan keputusan investasi.

4.1.5. Uji Hipotesis

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menilai hubungan antara variabel endogen dan eksogen dalam penelitian. Untuk mengevaluasi pengaruh langsung maupun efek tidak langsung (*specific indirect effect*), digunakan tabel koefisien jalur yang memuat hasil analisis. Metode *bootstrapping* diterapkan untuk menghasilkan nilai *t-statistic*, *p-value*, dan sampel asli.

Kriteria pengujian hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut: pengaruh dianggap signifikan apabila $t\text{-statistic} \geq 1,65$, sedangkan jika $t\text{-statistic} < 1,65$, pengaruh dianggap tidak signifikan. Selain itu, $p\text{-value} < 0,1$ menunjukkan adanya pengaruh langsung antara variabel, sedangkan $p\text{-value} \geq 0,1$ menandakan tidak adanya pengaruh langsung (Siregar et al., 2021). Dengan demikian, penolakan hipotesis nol (H_0) berarti penerimaan hipotesis alternatif (H_a), dan sebaliknya.

Analisis uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* (Partial Least Squares). Nilai koefisien jalur yang diperoleh dari analisis disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 23 Uji Path Coefficient

Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
FI->FL	0.449	0.448	0.057	7.857	0.000
RP->FL	0.361	0.364	0.058	6.248	0.000
FI->ID	0.079	0.078	0.059	1.352	0.177
RP->ID	0.129	0.129	0.055	2.331	0.020
FL->ID	0.673	0.675	0.061	10.979	0.000

Sumber : *Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026*

Interpretasi hasil uji hipotesis pada penelitian ini, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.24, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. H1 Diterima: Hipotesis pertama (H1), yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan *financial influencer* (FI) terhadap *financial literacy* (FL), terbukti diterima. Hal ini didukung oleh nilai *t-statistic* 7,857, koefisien jalur (original sample) 0,449, dan *p-value* 0,000.

2. H2 Diterima : Hipotesis kedua (H2), yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan *risk perception* (RP) terhadap *financial literacy* (FL), juga terbukti diterima. Analisis menunjukkan *t-statistic* 6,248, koefisien jalur 0,361, dan *p-value* 0,000.

3. H3 Ditolak : Hipotesis ketiga (H3), yang menyatakan adanya pengaruh *financial influencer* (FI) terhadap *investment decision* (ID), ditolak. Hal ini tercermin dari *t-statistic* 1,352, koefisien jalur 0,079, dan *p-value* 0,177, yang menunjukkan tidak signifikan pada tingkat signifikansi 5%.

4. H4 Diterima : Hipotesis keempat (H4), yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan *risk perception* (RP) terhadap *investment decision* (ID), diterima. Nilai *t-statistic* 2,331, koefisien jalur 0,129, dan *p-value* 0,020 mendukung penerimaan H4.

5. H5 Diterima : Hipotesis kelima (H5), yang menyatakan pengaruh positif dan signifikan *financial literacy* (FL) terhadap *investment decision* (ID), terbukti diterima. Analisis menunjukkan *t-statistic* 10,979, koefisien jalur 0,673, dan *p-value* 0,000, yang melebihi ambang batas signifikansi (*t-statistic* $\geq 1,65$; *p-value* $< 0,1$).

Selain pengaruh langsung, pengujian *specific indirect effect* dilakukan untuk menilai efek mediasi. Hasil pengujian efek mediasi ini disajikan pada tabel berikut, yang menjelaskan sejauh mana *financial literacy* memediasi hubungan antara *financial influencer* dan *risk perception* terhadap *investment decision*:

Tabel 4. 24 Uji Specific Indirect Effect

	Original Sample(O)	Sample Mean(M)	Standard Deviation	T Statistics ((O/STDEV)	P Values
FI->FL->ID	0.302	0.304	0.054	5.591	0.000
RP->FL->ID	0.243	0.245	0.045	5.419	0.000

Sumber : Data primer yang diolah dengan SmartPLS, 2026

Interpretasi hasil uji hipotesis mediasi berdasarkan Tabel 4.25 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. H6 Diterima : Hipotesis keenam (H6), yang menyatakan bahwa pengaruh *financial influencer* terhadap *investment decision* dapat terjadi secara positif dan signifikan melalui peran mediasi *financial literacy*, terbukti diterima. Hal ini didukung oleh nilai *t-statistic* 5,591, koefisien jalur (original sample) 0,302, dan *p-value* 0,000, yang menunjukkan signifikansi pada tingkat 5%.

2. H7 Diterima : Hipotesis ketujuh (H7), yang menyatakan bahwa *financial literacy* memiliki efek mediasi positif dan signifikan dalam hubungan antara *risk perception* dan *investment decision*, juga terbukti diterima. Analisis

menunjukkan *t-statistic* 5,419, koefisien jalur (original sample) 0,243, dan *p-value* 0,000, menegaskan peran penting literasi keuangan sebagai mediator dalam model penelitian ini.

4.2. Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1. Pengaruh Financial Influencer Terhadap Financial Literacy

Penelitian menunjukkan bahwa *financial influencer* berdampak positif dan signifikan terhadap pengetahuan keuangan. Hasilnya menunjukkan bahwa *financial influencer* dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan keuangan individu. Informasi yang disampaikan oleh *financial influencer* melalui media sosial, platform digital, maupun kanal komunikasi lainnya dapat menjadi sumber edukasi keuangan bagi individu dalam memahami konsep pengelolaan keuangan dan investasi.

Financial influencer berperan dalam menyederhanakan informasi keuangan yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Hal ini mendorong individu untuk lebih sadar akan pentingnya literasi keuangan serta meningkatkan minat untuk mempelajari berbagai aspek keuangan secara mandiri. Dengan demikian, *financial influencer* berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan *financial literacy*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wijaya et al., 2024) yang menyatakan bahwa media sosial dan opinion leader di bidang keuangan memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat, khususnya generasi muda yang aktif mengakses informasi digital.

4.2.2. Pengaruh Risk Perception Terhadap Financial Literacy

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan. Temuan ini menandakan bahwa individu dengan persepsi risiko yang matang cenderung terdorong untuk meningkatkan pengetahuan mereka mengenai pengelolaan keuangan. Kesadaran akan risiko yang melekat dalam aktivitas keuangan dan investasi mendorong responden untuk mencari informasi yang lebih mendalam dan akurat terkait keuangan, sehingga persepsi risiko berperan sebagai faktor psikologis yang memfasilitasi peningkatan literasi keuangan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya oleh (Yanti & Endri, 2024), yang menyatakan bahwa individu dengan persepsi risiko tinggi cenderung memiliki tingkat literasi keuangan lebih baik karena motivasi mereka untuk meminimalkan potensi kerugian melalui pemahaman finansial yang lebih mendalam.

4.2.3. Pengaruh Financial Influencer Terhadap Investment Decision

Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial influencer tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Kesimpulannya adalah bahwa informasi atau saran yang diberikan oleh financial influencer tidak secara langsung mendorong orang untuk mengambil keputusan investasi.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun financial influencer dapat memberikan informasi dan edukasi, individu tidak serta-merta mengikuti atau menerapkan rekomendasi investasi tanpa adanya pemahaman keuangan yang memadai. Individu cenderung menggunakan informasi dari financial influencer

sebagai referensi awal, namun keputusan akhir tetap dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan pertimbangan pribadi.

Dengan demikian, peran financial influencer lebih dominan dalam meningkatkan pemahaman keuangan dibandingkan mendorong keputusan investasi secara langsung, sehingga hasil ini konsisten dengan kerangka penelitian yang menempatkan financial literacy sebagai variabel perantara.

4.2.4. Pengaruh Risk perception Terhadap Investment Decision

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat persepsi risiko yang baik cenderung mengambil keputusan investasi secara lebih hati-hati dan rasional. Pemahaman terhadap risiko memungkinkan seseorang menyesuaikan pilihan investasinya sesuai dengan tingkat risiko yang dapat ditoleransi, sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih terukur dan relevan dengan kondisi finansial mereka. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh (Hidayat et al., 2023), yang menunjukkan bahwa persepsi risiko secara signifikan memengaruhi proses pengambilan keputusan finansial, termasuk dalam pemilihan instrumen investasi.

4.2.5. Pengaruh Financial Literacy Terhadap Investment Decision

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu dengan pemahaman keuangan yang baik

cenderung membuat keputusan investasi yang lebih rasional dan terukur. Dengan tingkat literasi keuangan yang memadai, seseorang mampu memahami risiko, potensi imbal hasil, serta karakteristik instrumen investasi, sehingga setiap keputusan yang diambil selaras dengan tujuan keuangan dan profil risiko yang dimiliki. Oleh karena itu, literasi keuangan berperan sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Gunawan & Aryati, 2025), yang menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan investasi yang mendukung pencapaian kebebasan finansial.

4.2.6. Peran Financial Literacy Dalam Memediasi Pengaruh Financial Literacy Terhadap Investment Decision

Hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara financial influencer dan keputusan investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh financial influencer terhadap keputusan investasi tidak bersifat langsung, melainkan terjadi melalui peningkatan pengetahuan keuangan individu. Konten edukatif dan informasi yang disampaikan oleh financial influencer berkontribusi pada peningkatan pemahaman keuangan, yang kemudian menjadi landasan bagi pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat. Dengan demikian, literasi keuangan berfungsi sebagai variabel mediasi yang menyalurkan efek financial influencer terhadap keputusan investasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Umakanth et al., 2024), yang menekankan bahwa pengaruh media sosial

terhadap keputusan investasi bersifat tidak langsung dan bergantung pada peningkatan pengetahuan keuangan sebagai faktor mediasi.

4.2.7. Peran Financial Literacy Dalam Memediasi Pengaruh Risk Perception Terhadap Investment Decision

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memediasi pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu dengan persepsi risiko yang baik cenderung memiliki pemahaman keuangan yang lebih mendalam, sehingga mampu mengambil keputusan investasi secara lebih rasional dan terukur. Literasi keuangan berperan sebagai mekanisme penghubung yang penting antara kesadaran risiko dan perilaku investasi, memastikan bahwa hubungan antarvariabel dalam model penelitian berlangsung secara konsisten dan logis. Hal ini sejalan dengan temuan (Helmalianika & Siregar, 2025), yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang memadai mampu menilai risiko secara tepat dan mengelola hubungan antara persepsi risiko dan keputusan investasi dengan lebih efektif.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa financial influencer memberikan dampak positif dan signifikan terhadap literasi keuangan. Semakin sering individu mengakses konten dari financial influencer yang kredibel, informatif, dan relevan, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki. Temuan ini menegaskan bahwa influencer keuangan berperan penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan keuangan, khususnya dalam hal investasi dan pengelolaan dana secara efektif.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki persepsi risiko yang baik cenderung lebih memahami pengelolaan keuangan. Kesadaran terhadap risiko dalam aktivitas keuangan dan investasi mendorong mereka untuk aktif mencari informasi, menilai risiko, dan memahami berbagai aspek pengelolaan keuangan, yang pada akhirnya meningkatkan literasi keuangan mereka.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Financial Influencer tidak berpengaruh signifikan terhadap Investment Decision.

Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan financial influencer belum mampu secara langsung memengaruhi keputusan investasi responden. Hal ini dapat disebabkan oleh kecenderungan individu yang tidak sepenuhnya menjadikan financial influencer sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan investasi, melainkan lebih mempertimbangkan faktor lain seperti pengalaman pribadi, tingkat literasi keuangan, dan persepsi risiko.

4. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa Risk Perception berpengaruh positif dan signifikan terhadap Investment Decision. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko yang baik dan proporsional mampu mendorong individu untuk mengambil keputusan investasi yang lebih rasional, terukur, dan sesuai dengan profil risikonya. Investor yang memiliki pemahaman risiko yang baik cenderung lebih berhati-hati dan tidak mudah terpengaruh oleh keputusan spekulatif, sehingga kualitas keputusan investasinya menjadi lebih baik.
5. Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Investment Decision. Temuan ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung mampu mengambil keputusan investasi yang lebih tepat dan rasional. Pemahaman terhadap risiko, imbal hasil, serta karakteristik instrumen investasi memungkinkan individu menyesuaikan keputusan investasinya dengan tujuan keuangan dan profil risiko yang dimiliki.

6. Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa literasi keuangan memediasi pengaruh financial influencer terhadap keputusan investasi. Dengan kata lain, meskipun financial influencer tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan investasi, pengaruhnya menjadi bermakna melalui peningkatan literasi keuangan. Literasi keuangan berfungsi sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan tidak langsung antara financial influencer dan keputusan investasi, di mana informasi dan edukasi yang disampaikan oleh influencer terlebih dahulu meningkatkan pemahaman keuangan individu sebelum berdampak pada keputusan investasi.
7. Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa literasi keuangan juga memediasi pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi risiko yang tinggi akan lebih efektif memengaruhi keputusan investasi apabila individu memiliki tingkat literasi keuangan yang memadai. Dalam hal ini, literasi keuangan berperan sebagai mediator parsial yang memperkuat hubungan antara persepsi risiko dan keputusan investasi, sehingga keputusan yang diambil tidak hanya berdasarkan intuisi terhadap risiko, tetapi juga didukung oleh pemahaman keuangan yang rasional.

5.2. Implikasi Manajerial

Kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya memiliki konsekuensi praktis seperti berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, pengaruh terbesar terletak pada *Financial Literacy* terhadap *Investment Decision* (0,673), maka peningkatan kualitas keputusan investasi masyarakat harus difokuskan pada penguatan literasi keuangan yang aplikatif. *Financial influencer* perlu menyajikan konten edukatif yang membangun pemahaman keuangan, lembaga keuangan dan fintech perlu menyediakan informasi produk yang mudah dipahami dan mendukung proses belajar pengguna, regulator seperti OJK perlu memperkuat program literasi keuangan yang lebih praktis, serta institusi pendidikan perlu menanamkan kebiasaan pengelolaan keuangan sejak dini. Seluruh pihak perlu berorientasi pada pembentukan kemampuan perencanaan keuangan jangka panjang dan pengelolaan keuangan sehari-hari.
2. Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Financial Influencer* terhadap *Financial Literacy* sangat kuat (0,449), maka influencer perlu diposisikan sebagai edukator keuangan yang kredibel. Hal ini perlu didukung oleh kolaborasi dengan pihak yang memiliki kompetensi resmi seperti praktisi bersertifikat, lembaga keuangan, akademisi, maupun regulator. Lembaga keuangan dan regulator juga dapat memanfaatkan influencer sebagai media penyampaian edukasi keuangan yang lebih luas, selama konten yang disampaikan berbasis kompetensi dan edukasi, bukan persuasi investasi.
3. Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Risk Perception* mempengaruhi *Investment Decision* melalui *Financial Literacy* (0,243),

maka edukasi risiko harus menjadi bagian dari literasi keuangan yang komprehensif. *Financial influencer*, lembaga keuangan, regulator, dan institusi pendidikan perlu menyampaikan pemahaman risiko bukan hanya sebagai peringatan, tetapi sebagai bagian dari pembelajaran keuangan yang utuh. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya memahami potensi kerugian, tetapi juga mampu mengambil keputusan investasi secara rasional berdasarkan pemahaman yang baik.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi pertimbangan dan dasar bagi penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Hasil uji R-square (R^2) menunjukkan bahwa variabel keputusan investasi mampu dijelaskan sebesar 63,4%, sedangkan variabel literasi keuangan sebesar 44,3%, yang termasuk kategori sedang hingga baik, tetapi belum mencapai tingkat optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain, seperti aspek psikologis investor, pengalaman investasi, dan pengaruh lingkungan sosial, yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi namun belum diakomodasi dalam model penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan yang relevan agar dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai perilaku investasi.
2. Hipotesis penelitian menunjukkan bahwa financial influencer tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Namun, penelitian ini tidak menyertakan pertanyaan terbuka dalam kuesioner

sehingga alasan di balik tidak signifikan-nya pengaruh tersebut belum dapat dianalisis secara mendalam. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih lengkap mengenai fenomena ini, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode kualitatif, seperti wawancara atau pertanyaan terbuka, untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi secara lebih mendetail.

5.4. Saran Penelitian Mendatang

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian ini, beberapa rekomendasi untuk penelitian lanjutan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Penelitian di masa mendatang disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan memasukkan variabel tambahan yang diperkirakan turut memengaruhi keputusan investasi. Variabel tersebut dapat mencakup aspek psikologis investor, seperti tingkat kepercayaan diri dalam berinvestasi, kecenderungan mengikuti keputusan investor lain, maupun toleransi terhadap risiko, sehingga penelitian selanjutnya mampu memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai perilaku pengambilan keputusan investasi.
2. Penelitian selanjutnya disarankan tidak hanya mengandalkan pendekatan kuantitatif, tetapi juga melibatkan pendekatan kualitatif guna memperdalam pemahaman terhadap temuan penelitian. Pendekatan ini dapat dilakukan melalui wawancara atau pertanyaan terbuka kepada responden agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alasan dan pertimbangan responden dalam mengambil keputusan investasi, khususnya terkait peran

financial influencer yang belum menunjukkan pengaruh signifikan secara langsung.

3. Penelitian berikutnya juga disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian, baik dari segi jumlah responden, karakteristik demografis, maupun wilayah penelitian. Dengan memperluas cakupan tersebut, diharapkan hasil penelitian dapat memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik serta mampu menggambarkan perilaku investor secara lebih representatif.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, A. D. A., & Ghofar, A. (2022). *PENGARUH FINANCIAL INLUENCER DAN WEBINAR INVESTASI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA* (Vol. 1).
- Adiyono, M., Suryaputri, R. V., Efan, E., & Kumala, H. (2021). ANALISIS ALTERNATIF PILIHAN INVESTASI PADA ERA DIGITALISASI. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 227–248. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9678>
- Agusta, C. M., & Yanti, H. B. (2022). PENGARUH RISK PERCEPTION DAN HERDING TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1179–1188.
- Agustina, I., Pradesa, H. A., Taufik, N. I., & Wijayanti, R. (2025). *Persepsi Risiko yang Dirasakan Mahasiswa Berkaitan Minat Berinvestasi di Pasar Modal*.
- Aldine, T. T., Harahap, M. I., & Atika. (2025). The influence of risk perception and expected return on stock investment decisions among generation Z in Medan city. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 8(4), 593–607. <https://doi.org/10.22219/jaa.v8i4.42639>
- Amran, K. M., Adrianto, F., & Hamidi, M. (2024). EXPLORING DIGITAL LITERACY, FINANCIAL LITERACY, AND SOCIAL MEDIA'S IMPACT ON CRYPTOCURRENCY INVESTMENT DECISIONS. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 8(1), 16–34. <https://doi.org/10.30587/jre.v8i1.8266>

Arrifqi, T., & Putri, A. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Toleransi Risiko dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Pegawai di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2).

Asry, S., Paulina, J., Tarigan, B. A., & Siagian, A. O. (2024). *Role of Financial Literacy, Risk Perception, and Investment Experience in Investment Decisions of Millennial and Z Generation in Jabodetabek* (Vol. 5, Issue 2). <https://ijble.com/index.php/journal/index>

Bala, R., & Jayanti, P. N. (2025). Financial Literacy and its Influence on Youth Investment Decisions. *Advances in Consumer Research*, 2(4). <https://acr-journal.com/>

Budiyono, E. F. C. S., & Tololiu, G. C. (2025). INVESTASI DI ERA GENERASI Z: ANALISIS GENDER DAN PERSEPSI RISIKO SEBAGAI FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(1).

Chofifah, A. L., Muhdiyanto, & Ibrahim, M. W. (2023). 59214 2 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Konferensi Ilmiah Akuntansi*.

Dimock, M. (2019, January 17). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*.

Dinarjito, A., Keuangan, P., Stan, N., & Pajak, J. (2023). *THE INFLUENCE OF FINANCIAL BEHAVIOR ON INVESTMENT DECISIONS WITH FINANCIAL LITERACY AS A MEDIATION VARIABLE: CASE STUDY IN PKN STAN LEARNING ASSIGNMENT STUDENTS* *The Influence of Financial Behavior*

on Investment Decisions With Financial Literacy as a Mediation (Vol. 5, Issue 1).

Ekonomi, J., Bisnis, D., Helmalianika, E., & Romula Siregar, Q. (2025). Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Financial Technology Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Dengan Financial Literacy Sebagai Variabel Intervening. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 4, Issue 2).

Fatanalin, F. (2024). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY, QUALITY OF INFORMATION DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI REKSA DANA SYARIAH PADA APLIKASI BIBIT.*

Febrillian, A. T., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2024). Pengaruh Financial Influencer, Financial Literacy, Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma). *E - Jurnal Riset Manajemen*, 13. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>

Fonseca, D. (2025). *PENGARUH FINANCIAL INFLUENCER DAN FOMO TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA MELALUI LITERASI KEUANGAN.*

Gunawan, J. C., & Aryati, T. (2025). ANALISIS PENGARUH FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL TECHNOLOGY, RISK PERCEPTION, DAN RISK TOLERANCE TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI. *Journal of Social and Economics Research*, 7(1), 2715–6117.

- Hamamcı, H. N., & Aren, S. (2024). The direct and indirect effects of financial influencer credibility on investment intention. *Croatian Review of Economic, Business and Social Statistics*, 10(1), 57–69. <https://doi.org/10.62366/crebss.2024.1.005>
- Hasanah, E. N., Koesrindartoto, D. P., Wiryono, S. K., & Angelica, A. E. (2025). Who deserves to be the finfluencer? In *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* (Vol. 11, Issue 2). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100553>
- Hidayat, T., Oktaviano, B., & Baharuddin, R. (2023). KEPUTUSAN INVESTASI BERDASARKAN LITERASI KEUANGAN, PENGETAHUAN INVESTASI DAN PERSEPSI RISIKO. *Journal of Science and Social Research*, 6(2), 441–452.
- Hrulekha, B., & Tandan, P. (2025). The Impact of Financial Literacy on Investment Decisions among Young Adults. *International Journal of Advance Studies and Growth Evaluation*, 4(4), 148–153. <https://alladvancejournal.com/>
- Jumiyani, Wibowo, E., & Indriastuti, R. (2024). Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, dan Influencer Sosial Media terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(3), 451–470. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3243>
- Karo, G., Barus, H. G., Salsabila, N. L., Harahap, R. N. A., Syahutra, R., & Rayoga, R. B. (2025). *Factors Influencing Investment Decisions in the Indonesian*

Capital Market: A Literature Review (Vol. 10, Issue 1).
<https://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php>

Khoiroh, S. M., Mundari, S., Sofianto, R., & Septiana, A. (2019). PENGARUH DIGITAL MARKETING, PROFITABILITY, LITERASI KEUANGAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI LAT (LOBSTER AIR TAWAR) DI INDONESIA. *Teknika : Engineering and Sains Journal*, 3(2), 71–76.

KSEI. (2024, December). *Statistik Pasar Modal Indonesia*. [Www.Ksei.Co.Id](http://www.ksei.co.id).
<https://doi.org/10.3111.152>

Kumar, P., Islam, M. A., Pillai, R., & Tabash, M. I. (2024). Risk Perception-Perceived Investor Performance Nexus: Evaluating the Mediating Effects of Heuristics and Prospects With Gender as a Moderator. *SAGE Open*, 14(2).
<https://doi.org/10.1177/21582440241256444>

Lestari, D. M., Sadalia, I., & Silalahi, A. S. (2023). *The Effect of Financial Literacy, Risk Perception, Overconfidence, and Investment Experience on Cryptocurrency Investment Decision* (pp. 158–164).
https://doi.org/10.2991/978-94-6463-008-4_21

Leyani, E. M., Hatta, M., Marietza, F., & Bernoza, A. P. (2024). *Factors influencing young entrepreneurs' investment decision* (Vol. 2).

Li, Z., Wu, Q., Hong, P., & Tian, R. (2023). Effects of Investment Experience on the Stock Investment Task: The Mediating Role of Risk Perception. *Behavioral Sciences*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/bs13020115>

- Lubis, Y. S., Lubis, Z. A., Khoiriah, Z., & Harahap, M. I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Pasar Modal Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *JREA: Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 1–10. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.587>
- Masithoh, F. N. (2024). The Impact of Social Media Influencers on Personal Finance and Investment Decisions (Case Study of Sharia Economics Study Program Students at IAI Uluwiyah Mojokerto). *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 6(2). <https://doi.org/10.33367//at>
- Menberu, A. W. (2024). Technology-mediated financial education in developing countries: a systematic literature review. In *Cogent Business and Management* (Vol. 11, Issue 1). Cogent OA. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2294879>
- Murtiasih, S., & Fathia, Z. M. (2025). Determinants of Investment Decisions in the Capital Market Among Generation Z. *Social and Educational Studies Journal*, 4(9), 657–672. <https://edunity.publikasikupublisher.com>
- Nilawati, O., & Ainiah, L. (2025). Financial Literacy and Investment Decision-Making Tendencies: A Comparative Study between Millennials and Gen Z in Indonesia. *International Journal of Social Science Research and Review*, 8(7), 452–466. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v8i7.2838>
- Novianto, Y. (2023). *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi di Pasar Modal (Studi pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)*.

- Oseifuah, E. K. (2010). Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2), 164–182. <https://doi.org/10.1108/20400701011073473>
- Panjaitan, N. F. H., & Listiadi, A. (2021). Literasi Keuangan dan Pendapatan pada Keputusan Investasi dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 2599–2651.
- Pratiwi, C. M., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi Dimoderasi Pengalaman Keuangan pada Anggota HIPMI PT Surabaya. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 620–632. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.963>
- Priscilla, F., & Saleh, M. (n.d.). *EFFECT INFLUENCER, P2P REPUTATION AND RISK PERCEPTION TOWARDS INVESTMENT DECISIONS OF MILLENIAL IN P2P LENDING: FINANCIAL LITERACY AS A MEDIATION VARIABLE*. 12, 364–387. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Putri, H. T., Ahmadi, & Mutiqum, R. S. M. (2025). The Influence of Social Media, Financial Literacy and Quality of Information on Students' Interest in Investing In The Capital Market. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 9(1), 583–589. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v9i1.2462>
- Rahadi, D. R. (2023). *PENGANTAR PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)* (Wijonarko, Ed.; 1st ed.). CV. LENTERA ILMU MADANI.

- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *PERILAKU KONSUMEN* (Sadiman, Ed.; 1st ed.). CV. Penerbit Anugrah Jaya.
- Rahmawati, S. (2023). *PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO), MOTIVATION INVESTMENT DAN PENGALAMAN INVESTASI TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI SYARIAH DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA GEN Z KOTA SEMARANG*. <http://febi.uinsalatiga.ac.id>
- Rahmawati, T., & Nuris, D. M. (2021). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Mahasiswa Pendidikan Akuntansi di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(3).
- Ramadhianto, D. R., Hartanti, R., & Vivi. (2025). The Influence of Financial Self-Efficacy, Risk Perception, Financial Literacy, and Herding on Investment Decision. *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 535–547. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v8i2.1692>
- Ramashar, W., Sandri, S. H., & Hidayat, R. (2022). Faktor Psikologi dan Keputusan Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1), 93–102. <https://doi.org/10.17509/jrak.v10i1.36709>
- Rofiq, A., & Wijayanti, E. S. (2024). The influence of risk tolerance and brand trust on investment decision and customer engagement behavior. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 13(5), 441–449. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v13i5.3469>

- Sahi, S. K., Arora, A. P., & Dhameja, N. (2013). An Exploratory Inquiry into the Psychological Biases in Financial Investment Behavior. *Journal of Behavioral Finance*, 14(2), 94–103. <https://doi.org/10.1080/15427560.2013.790387>
- Sani, N., & Paramita, V. S. (2024). *PENGARUH PENGALAMAN INVESTASI, RISK TOLERANCE, DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Investor Generasi Z Jawa Barat)* (Vol. 13, Issue 1).
- Sari, F. M. (2025, July 8). OJK Blokir 1.839 Entitas Keuangan Ilegal Hingga Semester I/2025. *Validnews.Id*.
- Sellinai, S., Zed, E. Z., & Mulyani, T. (2025). Impact of Risk Perception and Financial Literacy on Gen Z Investors' Investment Decision-Making in Jabodetabek Region. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(6), 1663–1678. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i6.7183>
- Singh, G., Mahajan, S., & Kaur, R. (2025). The Dual-Edged Influence of Social Media in Financial Decisions. *EdinBurg Peer Reviewed Journals and Books Publishers Journal of Finance and Accounting*, 5(2), 37–48.
- Siregar, Dr. Z. M. E., Parlauangan, A., Supriadi, Dr. Y. N., Ende, & Pristiyo. (2021). *STRUCTURAL EQUATION MODELING KONSEP DAN IMPLEMENTASINYA PADA KAJIAN ILMU MANAJEMEN DENGAN MENGGUNAKAN AMOS* (1st ed.). DEEPUBLISH.
- Suci Martaningrat, N. W., & Kurniawan, Y. (2024). The Impact of Financial Influencers, Social Influencers, and FOMO Economy on the Decision-Making

of Investment on Millennial Generation and Gen Z of Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(3), 1319–1335. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i3.3604>

Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (19th ed.). ALFABETA.

Umakanth, S., Kochar, R., Gandhi, H. D., Charan, G., Jain, M., & Jain, R. (n.d.). *Analysis on Impact of Financial Influencers on Gen Z Investing in India*. www.ijfmr.com

Waheed, H., Ahmed, Z., Saleem, Q., Din, S. M. U., & Ahmed, B. (2020). The Mediating Role of Risk Perception in the Relationship between Financial Literacy and Investment Decision. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. *Www.Ijicc.Net*, 14(4), 112–131. www.ijicc.net

Wicaksono, M. P., & Wafiroh, N. L. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(2), 200–206.

Wijaya, L., Kusuma, I. G. W. A., & Khourouh, U. (2024). PERAN INFLUENCER DALAM INVESTASI CRYPTOCURRENCY: LITERASI KEUANGAN DIGITAL MEDIATOR ATAUKAH MODERATOR. *Bismar: Business Management Resarch*, 3(2).

Yanti, F., & Endri, E. (2024). Financial Behavior, Overconfidence, Risk Perception and Investment Decisions: The Mediating Role of Financial Literacy.

International Journal of Economics and Financial Issues , 14(5), 289–298.

<https://doi.org/10.32479/ijefi.16811>

Zahara, F., & Machdar, N. M. (2025). Keputusan Investasi dalam Perspektif

Keuangan: Hubungan Literasi, Risiko, dan Locus of Control pada Mahasiswa.

Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 3(1), 354–361.

<https://doi.org/10.61722/jiem.v3i1.3563>

