

# Pengaruh Literasi Keuangan, Tujuan Investasi, dan Influencer terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

Vincent Christy<sup>1)</sup>, Siti Aisyah Nasution<sup>2)</sup>, Wenny Anggresia Ginting<sup>3)</sup>

PUI Finance, Universitas Prima Indonesia, Politeknik Negeri Manado

email: sitiaisyahnasution@unprimdn.ac.id

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to examine how Generation Z is influenced by financial literacy, investment objectives, and influencers in the Indonesian stock market. A total of 40 Generation Z individuals who are actively involved in the Indonesian stock market were given questionnaires as part of the quantitative research methodology. Using SPSS software version 25, tests of normality, multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination ( $R^2$ ) were conducted to analyze the data. The research findings indicate that, both partially and simultaneously, the three independent variables—financial literacy, investment objectives, and influencer influence—have a positive and significant effect on investment decisions. These three variables account for 72.5% of the variation in investment decisions, while the remaining 27.5% is influenced by other factors outside the scope of this study, as indicated by the adjusted coefficient of determination (Adjusted  $R^2$ ) of 0.725.*

**Keywords:** Financial Literacy, Investment Objectives, Influencer Influence, Investment Decisions, Generation Z.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat telah membawa perubahan besar terhadap perilaku keuangan masyarakat, khususnya dalam hal investasi. Fenomena ini paling terlihat di kalangan Generasi Z, yaitu kelompok masyarakat muda yang tumbuh di tengah era digital dan teknologi informasi. Generasi ini dikenal sebagai digital native, yang secara aktif memanfaatkan berbagai platform digital, termasuk dalam aktivitas investasi. Namun demikian, keputusan investasi mereka tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional semata, melainkan juga oleh faktor sosial, tingkat pengetahuan keuangan, serta pengaruh media digital yang mereka konsumsi sehari-hari.

Agar tindakan mereka dapat memberikan hasil terbaik di masa depan, Generasi Z harus memiliki pemahaman menyeluruh tentang keuntungan dan bahaya yang terkait dengan investasi. Per 31 Desember 2024, sebanyak 2,96% investor berusia di bawah 30 tahun, berdasarkan data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), dengan total nilai aset sekitar Rp 38,97 triliun. Sedangkan investor berusia 31 hingga 40 tahun menyumbang 5,71% dari total aset atau Rp 256,61 triliun, sedangkan investor berusia 41 hingga 50 tahun menyumbang 12,02% atau Rp 171,69 triliun. Kelompok usia di atas 60 tahun mendominasi dengan kepemilikan aset senilai Rp 833,47 triliun sebesar 54,83%, sedangkan kelompok usia 51 hingga 60 tahun menyumbang 24,48%. Laki-laki merupakan investor terbesar (62,35%), sedangkan kalangan bisnis merupakan mayoritas (20,74%).

Berdasarkan data tersebut, keterlibatan generasi Z di pasar saham mulai meningkat, namun masih cukup rendah dibandingkan kelompok umur lainnya. Rendahnya literasi keuangan yang mengakibatkan banyak generasi muda tidak memahami rencana investasi yang tepat menjadi salah satu faktornya. Menurut Tannia dkk. (2023), memiliki pengetahuan keuangan yang baik memungkinkan seseorang untuk memilih produk keuangan dengan hati-hati dan menghindari investasi berisiko. Namun, meski jumlah investor muda semakin meningkat, survei yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) mengungkapkan bahwa pengetahuan keuangan generasi muda Indonesia masih rendah.

Selain pengetahuan keuangan, tujuan investasi juga memiliki peranan penting dalam menentukan arah pengambilan keputusan finansial. Generasi Z cenderung memiliki motivasi investasi yang bersifat jangka pendek hingga menengah, seperti membeli gadget, kendaraan, melakukan perjalanan wisata, atau mencapai kebebasan finansial di usia muda (Wibowo & Sukmono, 2021). Namun, tujuan investasi sering kali ditetapkan tanpa didukung perencanaan keuangan yang matang, sehingga berpotensi menyebabkan alokasi dana yang kurang optimal.

Faktor lain yang kini memiliki pengaruh besar adalah peran influencer keuangan di media sosial. Influencer dapat mempengaruhi minat dan perilaku investasi pengikutnya dengan membagikan konten pendidikan keuangan, klaim Fauzianti & Retnosari (2022). Selain itu, Pratiwi (2020) menemukan bahwa niat mahasiswa untuk berinvestasi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh influencer media sosial. Penegasan Hans Kwee (Hukum et al., 2021) bahwa semakin

banyak tokoh terkemuka yang berbagi pengalaman investasi mereka telah menyebabkan peningkatan jumlah investor muda di pasar modal Indonesia mendukung hal ini.

Penulis berpendapat bahwa dengan adanya fenomena tersebut, diperlukan penelitian dengan judul sebagai berikut: "Pengaruh Literasi Keuangan, Tujuan Investasi, dan Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Investasi Generasi Z dalam Pasar Saham di Indonesia."

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan adalah keterampilan memahami, mengelola, dan membuat pilihan cerdas tentang uang. Bagian ini tentang menangani uang, tagihan, tabungan, saham, dan pinjaman Anda. Orang yang sangat berpengetahuan tentang uang akan mampu mengetahui cara membelanjakan uang dengan cara yang sesuai dengan tujuan keuangan mereka. Dalam konteks Generasi Z, literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya investasi sejak dini serta menghindarkan dari perilaku investasi impulsif (Amelia & Fauziah, 2021).

### **Tujuan Investasi**

Tujuan investasi adalah arah finansial yang ingin dicapai seseorang dalam periode waktu tertentu, baik untuk kebutuhan jangka pendek, menengah, maupun panjang. Tujuan yang jelas membantu investor menentukan instrumen investasi yang tepat sesuai profil risiko. Investor dengan tujuan finansial yang terencana akan lebih disiplin dalam mengelola keuangan dan lebih rasional dalam mengambil keputusan (Gumilang, Rahmawati, & Farhan, 2023).

### **Pengaruh Influencer**

Influencer di era digital berperan sebagai pembentuk opini publik yang mampu mengarahkan perilaku audiens, termasuk dalam konteks keputusan finansial. Konten dan rekomendasi dari influencer dapat memengaruhi minat serta keputusan pengikutnya dalam berinvestasi karena adanya faktor kredibilitas, kepercayaan, serta kedekatan emosional (Sani & Paramita, 2024).

### **Keputusan Investasi**

Keputusan investasi merupakan proses penentuan strategi dalam memilih instrumen keuangan berdasarkan potensi keuntungan, tingkat risiko, dan jangka waktu. Keputusan yang

rasional memerlukan pemahaman mendalam terhadap kondisi pasar, tujuan finansial, serta faktor eksternal lain seperti ekonomi makro (Budiman & Jasika, 2019).

## **METODE**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Kota Medan, Sumatera Utara, dengan waktu pelaksanaan mulai bulan Februari 2025 hingga penelitian selesai dilakukan.

### **Pendekatan penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yaitu melihat keterkaitan antar faktor dengan menggunakan angka-angka. Peneliti dapat menggunakan uji statistik untuk mencoba teori, mencari tahu seberapa besar pengaruh sesuatu, dan membaca data tanpa bias menggunakan metode ini.

### **Populasi Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini difokuskan pada kelompok atau keseluruhan elemen yang memiliki ciri khas tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam konteks penelitian, populasi adalah subjek yang menjadi pusat perhatian peneliti (Hikmawati, 2020). Subjek ini diteliti dan dianalisis secara menyeluruh dengan tujuan untuk mendapatkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

### **Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah sebagian besar populasi yang dapat menunjukkan seperti apa keseluruhan populasi tersebut. Metode Rambut digunakan untuk mengetahui ukuran sampel dalam penelitian ini. Metode ini menyatakan bahwa ukuran sampel terbaik harus antara 5 dan 10 kali jumlah penanda. Alat belajarnya memiliki 15 tanda, sehingga minimal harus diisi 75 orang. Purposive sampling adalah nama metode yang digunakan. Menurut Sugiyono (2019), metode ini merupakan teknik penentuan sampel yang dilakukan peneliti dengan cara menentukan pilihan berdasarkan faktor-faktor seperti kriteria khusus yang sesuai dengan fokus penelitian.

### **Teknik Pengumpulan data**

Pengumpulan data adalah bagian terpenting dari penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang benar, bermanfaat, dan mendukung penelitian (Soesana et al., 2023). Penelitian ini menggunakan sejumlah metode berbeda::

1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner dengan skala Likert disebarakan kepada responden Generasi Z di Indonesia. Targetnya adalah mereka yang tertarik atau berpengalaman dalam investasi saham. Instrumen ini dirancang untuk mengukur literasi keuangan, tujuan, pengaruh influencer, dan keputusan investasi.

#### 2. Pengamatan (Observasi)

Observasi dilakukan untuk mengamati kecenderungan perilaku investasi saham di kalangan Gen Z. Fokus pengamatan berada pada aktivitas mereka di media sosial, platform investasi digital, dan forum diskusi keuangan.

#### 3. Wawancara

Beberapa individu Gen Z yang aktif berinvestasi saham diwawancarai secara semi-terstruktur. Wawancara ini bertujuan menggali aspek mendalam seperti motivasi investasi, peran influencer, dan pengetahuan pasar modal.

#### 4. Tinjauan Pustaka

Untuk memperoleh kerangka teoretis dan pemahaman kontekstual, studi pustaka dilaksanakan. Sumbernya berasal dari hasil riset terdahulu yang relevan dalam jurnal nasional dan internasional, serta buku ilmiah terkait literasi keuangan dan perilaku investasi generasi muda (Firmansyah & Ramdani, 2021; Amelia & Suryanto, 2022).

### **Jenis dan Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu data asli dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang diperoleh langsung oleh penulis dari tempat penelitian berlangsung. Termasuk hasil wawancara dan catatan masyarakat Generasi Z yang berkiprah di pasar saham Indonesia. Data sekunder, di sisi lain, terdiri dari berbagai karya dan sumber yang digunakan untuk mendukung atau memperkuat data utama yang telah dikumpulkan.

### **Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif membuat data penelitian mudah dipahami dengan menuangkannya ke dalam tabel. Menurut Sugiyono (2019), teknik statistik deskriptif adalah suatu cara menganalisis data dengan cara menjelaskannya tanpa membuat asumsi atau pernyataan besar mengenainya. Cara ini dapat digunakan untuk mencari bilangan variabel bebas dan variabel terikat.

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas memeriksa asumsi distribusi normal untuk setiap ukuran dalam dataset. Plot probabilitas normal menunjukkan hasil pengujian. Ini menunjukkan distribusi nyata di sebelah garis vertikal teori distribusi normal. Ghazali (2005:105) mengatakan bahwa garis

representasi data yang mengikuti garis normal berarti data tersebut normal. Untuk melakukan uji normalitas, Anda perlu melihat:

- Data tersebar di sekitar dan searah dengan garis diagonal, atau histogramnya menunjukkan distribusi normal.
- Data tersebar jauh dan tidak searah dengan garis diagonal, atau histogramnya tidak mencerminkan distribusi normal.

### **Uji multikolinieritas**

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel dalam model regresi yang tidak saling bergantung satu sama lain. Angka VIF (Variance Inflation Factor) atau nilai toleransi dapat digunakan untuk menguji multikolinieritas.

VIF tertinggi yang diperbolehkan adalah 10, dan angka batas terendah adalah 0,10.

Multikolinieritas terjadi jika VIF di atas 10 dan angka toleransi di bawah 0,10. Teori untuk tes ini adalah

- $H_0$ : Tidak terjadi multikolinieritas.
- $H_a$ : Terdapat multikolinieritas.

Dasar pengambilan keputusan:

- $H_0$  ditolak (terjadi multikolinieritas) jika  $VIF > 10$ .
- $H_0$  diterima (tidak ada multikolinieritas) jika  $VIF < 10$ .

### **Uji Heteroskedastisitas**

Maksud dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah model regresi yang digunakan menunjukkan variasi residu yang tidak seragam atau disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi hanya akan terlihat baik jika rentang setiap kesalahannya konsisten. Metode uji scatterplot digunakan oleh para ahli dalam penelitian ini untuk menemukan keadaan tersebut.

### **Uji Autokorelasi**

Tes ini digunakan untuk menemukan hubungan antara kesalahan dan kesalahan terakhir kali.

Berdasarkan gagasan tradisional, hal ini tidak boleh terjadi. Metode Durbin – Watson (DW)

digunakan untuk melakukan uji autokorelasi untuk pekerjaan ini. Dapat dikatakan tidak terjadi

pelanggaran autokorelasi jika nilai Durbin–Watson berada di antara  $d_U$  dan  $4 - d_U$ . Hasil pengujian yang tidak menunjukkan korelasi merupakan tanda bahwa Anda memiliki data yang baik. Penelitian

ini sebenarnya tidak memerlukan uji autokorelasi karena menggunakan data bersama. Proses pengambilan keputusan uji autokorelasi (DW) didasarkan pada hal-hal berikut:

- Jika  $0 < DW < dL$ , maka terdapat positif autokorelasi
- Jika  $dL \leq DW \leq dU$ , maka tidak ada keputusan
- Jika  $dU < DW < 4-dU$ , maka tidak terdapat autokorelasi
- Jika  $4-dU \leq DW \leq 4-dL$ , maka tidak ada keputusan
- Jika  $4-dL < DW < 4$ , maka terdapat negatif autokorelasi

### Uji t

Uji-t merupakan cara untuk mengetahui perbandingan rata-rata dua kelompok atau sampel yang berbeda. Tujuan tes ini adalah untuk mengetahui apakah perbedaan besar rata-rata kedua kelompok itu benar-benar ada atau hanya kebetulan saja. Ada tiga jenis utama uji-t: uji-t untuk sampel tunggal, uji-t untuk sampel independen (atau tidak berpasangan), dan uji-t untuk sampel berpasangan.

### Uji f

Uji F memeriksa apakah semua faktor independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk melihat bagaimana variabel terikat

### Uji R<sup>2</sup>

Uji R<sup>2</sup> yang disebut juga dengan Koefisien determinasi merupakan uji statistik yang digunakan untuk melihat seberapa baik suatu model regresi dalam menjelaskan perubahan variabel terikat. Angka R<sup>2</sup> berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilainya mendekati 1 berarti model lebih baik dalam memprediksi perubahan variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data yang diperoleh dari 40 responden. Pengukuran dilakukan terhadap empat variabel, yaitu Literasi Keuangan, Tujuan Investasi, Pengaruh Influencer, dan Keputusan Investasi. Hasil olah data SPSS menunjukkan nilai rata-rata, standar deviasi, median, modus, rentang, serta ukuran kemencengan (skewness) dan keruncingan (kurtosis) dari masing-masing variabel.

(Tabel 3.1)

Berdasarkan Tabel 3.1 maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Statistics**

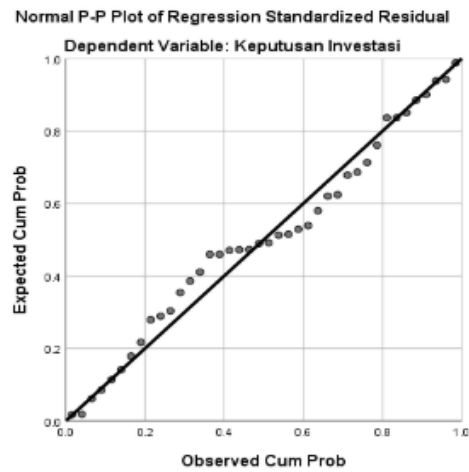
		Literasi Keuangan	Tujuan Investasi	Pengaruh Influencer	Keputusan Investasi
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		16.8750	17.2750	16.4000	18.2250
Std. Error of Mean		.40854	.35624	.39678	.40110
Median		16.0000	17.0000	16.0000	18.5000
Mode		15.00	16.00	16.00	19.00
Std. Deviation		2.58385	2.25306	2.50947	2.53678
Variance		6.676	5.076	6.297	6.435
Skewness		.502	-.078	.350	-.266
Std. Error of Skewness		.374	.374	.374	.374
Kurtosis		.306	.491	-.051	1.303
Std. Error of Kurtosis		.733	.733	.733	.733
Range		13.00	11.00	11.00	14.00
Minimum		11.00	11.00	11.00	11.00
Maximum		24.00	22.00	22.00	25.00
Sum		675.00	691.00	656.00	729.00

- Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 16,88, yang menunjukkan bahwa secara umum tingkat literasi keuangan responden berada pada kategori cukup baik. Nilai median 16 dan modus 15 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden menjawab pada rentang nilai menengah, sehingga distribusi nilai tidak terlalu ekstrem. Standar deviasi sebesar 2,58 dan varian 6,67 menunjukkan bahwa persebaran nilai antar responden bersifat moderate, tidak terlalu menyebar jauh dari nilai rata-rata. Nilai skewness positif (0,502) menandakan distribusi sedikit condong ke kanan, yang berarti ada sebagian kecil responden dengan nilai literasi yang lebih tinggi. Namun tingkat kemencengan ini masih ringan dan mendekati normal. Kurtosis bernilai 0,306, mendekati 0, yang menunjukkan bentuk distribusi mendekati normal. Secara keseluruhan, karakteristik data literasi keuangan cukup stabil dan representatif.

- Rata-rata variabel Tujuan Investasi sebesar 17,28, yang menunjukkan bahwa responden memiliki pandangan yang baik dan jelas terkait orientasi mereka dalam berinvestasi. Nilai median 17 dan modus 16 menunjukkan kecenderungan jawaban terkonsentrasi pada skala menengah. Standar deviasi 2,25 menandakan variasi antar responden relatif stabil. Nilai skewness -0,078 menunjukkan distribusi sedikit condong ke kiri, tetapi sangat kecil sehingga variabel ini praktis simetris. Kurtosis 0,491 menunjukkan bentuk distribusi yang sedikit lebih runcing dibanding distribusi normal, tetapi tetap berada dalam batas wajar.
- Rata-rata variabel Pengaruh Influencer adalah 16,40, dengan median 16 dan modus 16, menandakan distribusi jawaban yang sangat konsisten. Standar deviasi 2,50 menandakan variasi sedang. Nilai skewness 0,350 menunjukkan adanya sedikit kecenderungan ke arah kanan, tetapi tingkat condong ini masih wajar dan tidak menunjukkan pola ekstrem. Kurtosis -0,051 menunjukkan bahwa distribusi sedikit mendatar, namun tetap dekat dengan distribusi normal.
- Variabel Keputusan Investasi memiliki rata-rata tertinggi dibanding variabel lain, yaitu 18,23, median 18,5, dan modus 19. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan mengambil keputusan investasi yang baik dan cukup matang. Standar deviasi sebesar 2,53 menandakan variasi sedang. Nilai skewness -0,266 memperlihatkan distribusi yang sedikit condong ke kiri, namun tetap dalam kategori ringan. Kurtosis 1,303 menunjukkan bentuk distribusi yang lebih runcing, tetapi masih dapat diterima sebagai distribusi normal.

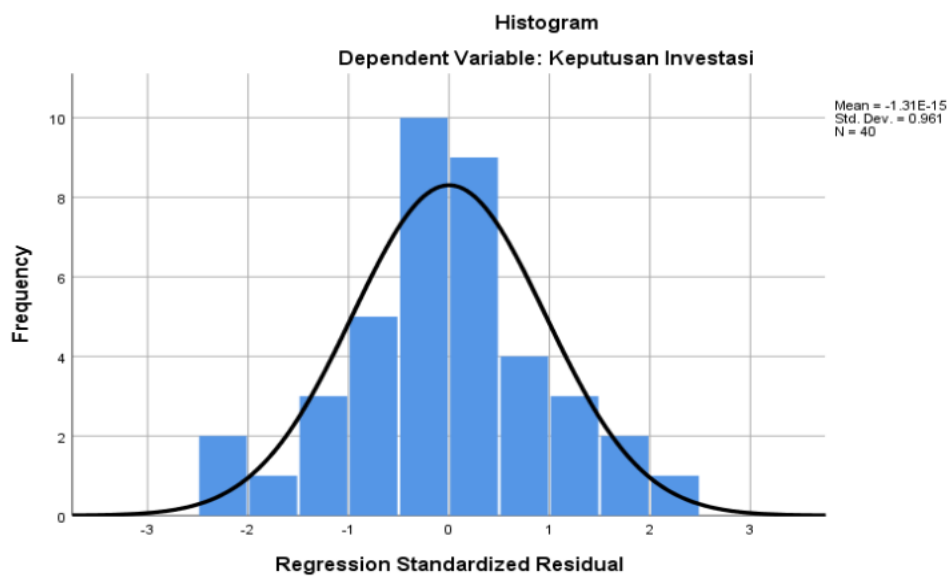
Uji Normalitas

(Gambar 3.1)



Gambar 3.1 Menunjukkan seluruh titik tersebar mengikuti garis diagonal, sehingga hal tersebut mengindikasikan distribusi data dinyatakan normal.

(Gambar 3.2)



Gambar 3.2 Grafik tersebut menunjukkan kurva simetris menyerupai bentuk huruf "U", yang mengindikasikan bahwa distribusi data dinyatakan normal. Kondisi ini ditandai dengan pola grafik yang tidak condong ke arah kiri maupun kanan.

(Tabel 3.2)

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27909827
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.085
	Negative	-.108
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil pengujian normalitas yang menggunakan statistik Kolmogorov-Smirnov ditampilkan melalui Table 3.2, ketiga variabel menunjukkan sebaran yang normal. Temuan ini terindikasi dari signifikansi senilai 0,200 yang melampaui 0,05. Asumsi normalitas yang telah terpenuhi menunjukkan bahwa model layak dilanjutkan ke tahap analisis selanjutnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas, sehingga analisis regresi dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Hasil ini sekaligus mendukung validitas model dalam merepresentasikan hubungan antarvariabel.

Uji Multikolinearitas

(Tabel 3.3)

Coefficients<sup>a</sup>

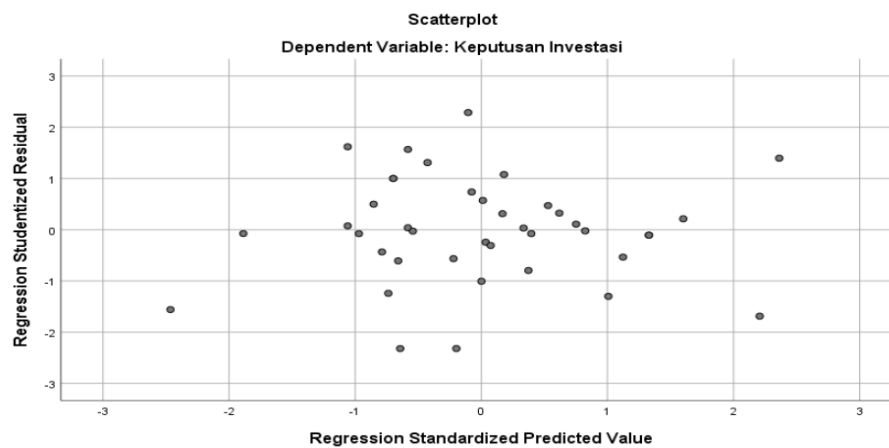
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.548	1.784		.307	.761		
	Literasi Keuangan	.255	.097	.260	2.645	.012	.731	1.369
	Tujuan Investasi	.450	.160	.400	2.810	.008	.348	2.870
	Pengaruh Influencer	.341	.145	.337	2.349	.024	.343	2.915

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Berdasarkan Tabel 3.3 tidak adanya gejala multikolinearitas diantara variabel independen terlihat dari nilai toleransi pada variabel Literasi Keuangan, Tujuan Investasi, Pengaruh Influencer yang mana melampaui 0,10, dan juga diperkuat oleh nilai VIF yang tidak melebihi 10.

3.4 Uji Heteroskedastitas

(Gambar 3.3)



Titik-titik yang terlihat pada Gambar 3.3 tersebar secara acak dan tidak terkumpul pada satu titik. Sehingga disimpulkan tidak ditemukannya gejala heterokedastisitas.

**Uji Autokorelasi**

(Tabel 3.4)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.864 <sup>a</sup>	.746	.725	1.33133	1.800

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Influencer, Literasi Keuangan, Tujuan Investasi

b. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil uji Durbin–Watson, diperoleh nilai DW sebesar 1,800, dengan nilai batas bawah ( $dL = 1,3384$ ) dan batas atas ( $dU = 1,6589$ ). Karena nilai 1,800 berada pada rentang  $dU < DW < 4 - dU$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi, baik positif maupun negatif. Residual dari model menyebar secara acak dan tidak menunjukkan adanya pola berurutan antar observasi. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi independensi residual dan layak digunakan untuk analisis lanjutan.

**Uji Statistik T ( Parsial)**

(Tabel 3.5)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.548	1.784		.307	.761		

Literasi Keuangan	.255	.097	.260	2.645	.012	.731	1.369
Tujuan Investasi	.450	.160	.400	2.810	.008	.348	2.870
Pengaruh Influencer	.341	.145	.337	2.349	.024	.343	2.915

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

A. Tabel 3.5 menunjukkan hasil :

1. Nilai signifikansi variabel Literasi keuangan tercatat sebesar 0,012 yang tidak melebihi 0,05. Dapat diindikasikan adanya pengaruh variabel Literasi keuangan terhadap Keputusan investasi
2. Nilai signifikansi variabel Tujuan investasi tercatat sebesar 0,008 yang melampaui dari 0,05. Dapat diindikasikan adanya pengaruh signifikan variabel Tujuan investasi terhadap Keputusan investasi
3. Nilai signifikansi variabel Pengaruh Influencer tercatat sebesar 0,024 yang melampaui dari 0,05. Dapat diindikasikan adanya pengaruh signifikan variabel Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Investasi

#### **Perumusan Hipotesis**

1. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap variabel Keputusan Investasi (Y) adalah sebesar  $0,012 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,645 > t$  tabel 2,028, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel Literasi Keuangan (X1) secara parsial terhadap variabel Keputusan Investasi (Y).
2. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh variabel Tujuan Investasi (X2) terhadap variabel Keputusan Investasi (Y) adalah sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,810 > t$  tabel 2,028, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel Tujuan Investasi (X2) secara parsial terhadap variabel Keputusan Investasi (Y).
3. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh variabel Pengaruh Influencer (X3) terhadap variabel Keputusan Investasi (Y) adalah sebesar  $0,024 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,349 > t$  tabel 2,028, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha3 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara

variabel Pengaruh Influencer (X3) secara parsial terhadap variabel Keputusan Investasi (Y).

**Uji Statistik F (Simultan)**

(Tabel 3.6)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	187.167	3	62.389	35.200	.000 <sup>b</sup>
	Residual	63.808	36	1.772		
	Total	250.975	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

b. Predictors: (Constant), Pengaruh Influencer, Literasi Keuangan, Tujuan Investasi

Berdasarkan Tabel 3.6 Pengujian menghasilkan signifikansi senilai 0,000, yang mana melebihi dari tingkat signifikansi senilai 0,05. Sehingga dapat disimpulkan, secara keseluruhan teridentifikasi pengaruh signifikan dari variabel Literasi Keuangan, Tujuan Investasi dan Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Investasi.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

(Tabel 3.7)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.864 <sup>a</sup>	.746	.725	1.33133	1.800

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Influencer, Literasi Keuangan, Tujuan Investasi

b. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Hasil pengujian yang tercantum Tabel 3.7 memperlihatkan koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,725, yang berarti variabel Literasi Keuangan, Tujuan Investasi, dan Pengaruh Influencer hanya mampu menjelaskan 72,5% variasi Keputusan Investasi, sedangkan sisanya 27,5%

dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Dengan kata lain, sebesar 72,5% variasi variabel Keputusan Investasi (Y) dapat dijelaskan oleh variasi variabel Literasi Keuangan (X1), Tujuan Investasi (X2), dan Pengaruh Influencer (X3).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan untuk penelitian “Pengaruh Literasi Keuangan, Tujuan Investasi, dan Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Investasi” dapat disimpulkan :

1. Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi.

Semakin baik pemahaman keuangan seseorang, semakin rasional keputusan investasi yang diambil.

2. Tujuan Investasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi.

Tujuan Investasi yang memiliki tujuan akhir yang jelas dan terukur, dapat menjadi faktor pengambilan keputusan investasi.

3. Pengaruh Influencer berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi.

Pengaruh influencer yang memiliki pencapaian yang besar dan nyata, dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi.

4. Literasi keuangan, Tujuan investasi, Pengaruh influencer berpengaruh terhadap Keputusan investasi

## REFERENSI

- Amelia, F., & Fauziah, D. (2021). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi mahasiswa di masa pandemi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 10(2), 112–120.  
<https://doi.org/10.1234/jika.v10i2.1234>
- Amelia, F., & Suryanto, A. (2022). Studi pustaka: Literasi keuangan dan perilaku investasi generasi muda di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 17(1), 45–58.  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/xk5zj>
- Budiman, H., & Jasika, R. (2019). Keputusan investasi: Analisis risiko dan return dalam pasar modal Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(3), 201–214.  
<https://doi.org/10.9744/jmk.21.3.201-214>
- Fauzianti, E., & Retnosari, D. (2022). Pengaruh influencer media sosial terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(4), 331–340.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7463219>
- Firmansyah, R., & Ramdani, A. (2021). Literasi keuangan dan perilaku investasi mahasiswa: Kajian empiris di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(3), 489–503.  
<https://doi.org/10.18202/jam.2021.12.3.11>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilang, A., Rahmawati, N., & Farhan, M. (2023). Pengaruh tujuan investasi dan risiko terhadap keputusan investasi pada investor muda. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 14(1), 22–33.  
<https://doi.org/10.33369/jek.14.1.22-33>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian: Panduan Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hukum, T., Putra, A., & Santoso, R. (2021). Pengaruh figur publik terhadap peningkatan jumlah investor di pasar modal Indonesia. *Jurnal Hukum dan Bisnis*, 6(2), 88–97.  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/w2v7r>

- Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). (2024). Laporan Statistik Pasar Modal Indonesia 2024. Jakarta: PT Kustodian Sentral Efek Indonesia. <https://www.ksei.co.id>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022. Jakarta: OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2022.aspx>
- Sani, M. R., & Paramita, D. (2024). Peran influencer finansial terhadap keputusan investasi generasi Z di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.25124/jkmd.v8i1.13924>
- Soesana, L., Pratama, D., & Wulandari, S. (2023). Teknik pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif: Tinjauan metodologis. *Jurnal Penelitian Sosial*, 5(2), 155–168. <https://doi.org/10.24198/jps.v5i2.13267>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tannia, D., Rahmadani, S., & Putri, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa generasi Z di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 18(2), 89–102. <https://doi.org/10.17509/jep.v18i2.42109>
- Wibowo, T., & Sukmono, F. (2021). Analisis tujuan investasi generasi Z dalam pasar modal Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer*, 13(1), 77–88. <https://doi.org/10.23917/jakk.v13i1.15467>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soesana, I., Pratama, D., & Lestari, P. (2023). Strategi Pengumpulan Data dalam Penelitian Sosial Ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 14(2), 120–134. <https://doi.org/10.25077/jish.14.2.120-134.2023>