

KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI Z DI SOLORAYA: MENELISIK PERAN LITERASI KEUANGAN, PENGETAHUAN INVESTASI, DAN FINFLUENCER

Revalina Intan Nuraini¹⁾, Shinta Permata Sari^{2*)}

¹⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
E-mail: revaintan1909@gmail.com

²⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
*E-mail: sps274@ums.ac.id

Abstract

An investment decision is an action of placing a certain amount of funds in a particular investment instrument with the expectation of obtaining profits or returns in the future. The phenomenon of increasing investment interest among Generation Z in line with advances in digital technology demonstrates the need for a deep understanding of the factors that influence investment decisions. This study aims to analyse the influence of financial literacy, investment knowledge, and finfluencers (financial influencer) on the investment decisions of Generation Z in the Soloraya region. This study uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 278 Generation Z respondents residing in Soloraya who have investment experience. The data analysis technique uses Partial Least Squares (PLS) to test the relationship between variables. The results of the study are expected to show that financial literacy, investment knowledge, and finfluencers have a positive effect on investment decisions.

Keywords : *Investment Decision, Financial Literacy, Investment Knowledge, Finfluencer.*

1. PENDAHULUAN

Di zaman digital sekarang, kemajuan teknologi semakin berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan, termasuk di sektor keuangan dan investasi. Akses terhadap informasi dan instrumen investasi menjadi semakin mudah dengan hadirnya berbagai *platform* digital, seperti aplikasi *trading* saham, reksa dana, dan aset kripto. Salah satu kelompok demografi yang menunjukkan peningkatan dalam aktivitas investasi adalah generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi Z yang lahir di era digital banyak memperoleh informasi melalui internet dan media sosial, termasuk mendapatkan edukasi keuangan dan investasi (Lestari *et al.*, 2025).

Berdasarkan data yang dirilis oleh Bursa Efek Indonesia (2025), jumlah investor pasar modal Indonesia telah melampaui 16 juta *Single Investor Identification*. Menurut Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI, 2023), jumlah generasi Z yang menjadi investor mencapai 56,4%. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z memiliki ketertarikan tinggi terhadap investasi sebagai upaya mencapai kemandirian finansial di masa depan.

Maulida dan Effendy (2024) menyampaikan bahwa investasi merupakan penanaman modal (biasanya) dalam jangka panjang untuk mengadaan aset atau pembelian saham-saham dan surat berharga lain untuk memperoleh keuntungan. Investasi merupakan salah satu indikator penopang perekonomian yang diperlukan oleh bangsa Indonesia untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya (Yovieta *et al.*, 2022). Oleh karena itu, peningkatan aktivitas investasi memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional serta menciptakan peluang kerja yang lebih luas.

Keputusan investasi adalah keputusan untuk menempatkan sejumlah dana yang dimiliki pada suatu investasi yang tersedia dan diharapkan investasi tersebut dapat menguntungkan (Putrie dan

Usman, 2022). Keputusan investasi merupakan proses yang rumit, karena investor tidak hanya menginvestasikan uang tetapi juga waktu yang berharga (Ramadhani *et al.*, 2022). Oleh karena itu, Keputusan investasi menuntut pemahaman yang baik tentang literasi keuangan, pengetahuan investasi, serta pengaruh eksternal, seperti saran dari *finfluencer* atau media sosial, yang kini semakin memengaruhi pola pikir dan perilaku investor *modern*.

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan investasi adalah literasi keuangan. Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Sulistyawati *et al.*, 2023). Menurut survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2025), pada tahun 2025 tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dengan indeks mencapai 66,46 persen. Tingkat literasi keuangan yang baik dapat membantu individu dalam membuat keputusan investasi yang lebih bijak dan menghindari risiko kerugian yang tidak perlu.

Pengetahuan investasi juga memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan investasi. Menurut Sulistyawati *et al.* (2023), pengetahuan investasi merupakan suatu pemahaman yang harus dimiliki seseorang mengenai berbagai aspek investasi mulai dari pengetahuan dasar tentang penilaian investasi, tingkat risiko, dan tingkat pengembalian investasi. Pengetahuan investasi adalah pengetahuan dasar yang digunakan untuk berinvestasi (Sun dan Lestari, 2022). Tidak semua generasi Z memiliki pemahaman yang memadai mengenai investasi, sehingga berpotensi mengambil keputusan yang kurang tepat.

Salah satu sumber informasi lain yang banyak digunakan oleh generasi Z dalam menentukan pilihan investasi adalah *finfluencer* (*financial influencer*). *Social media influencer* adalah seseorang yang mempunyai tingkat ketenaran dan keahlian tertentu di media sosial, dan bergerak sebagai pihak ketiga untuk mendeskripsikan, menyampaikan dan merekomendasikan topik atau informasi tertentu melalui media sosial untuk dapat mempengaruhi pengikutnya (Firmansyah *et al.*, 2024). Seorang *financial influencer* ialah individu yang telah memiliki pengaruh besar dalam industri keuangan dan investasi, terutama di media sosial dan *platform online* lainnya (Febrillian *et al.*, 2023). Konten yang disajikan *finfluencer* sering kali lebih menarik dan mudah dipahami oleh generasi Z dibandingkan dengan sumber informasi tradisional seperti buku atau laporan keuangan. *Finfluencer* mampu memengaruhi cara berpikir dan keputusan investasi para pengikutnya melalui gaya komunikasi yang menarik serta mudah dipahami.

Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada variabel-variabel konvensional dan belum banyak mengeksplorasi faktor baru yang relevan di era digital, seperti *finfluencer*. Dalam konteks Soloraya, kajian yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan *finfluencer* masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan guna menganalisis bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi keputusan investasi generasi Z di wilayah Soloraya.

1.1 Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

1.1.1 *Theory of Planned Behaviour*

Theory of Planned Behavior yang dikembangkan oleh Ajzen (1991), menunjukkan bahwa sikap umum dan ciri-ciri kepribadian ternyata memprediksi agregat perilaku jauh lebih baik daripada memprediksi perilaku spesifik. Intensi tingkah laku adalah elemen utama yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku, menurut *Theory of Planned Behavior* (Eduard *et al.*, 2024). Pada penelitian yang dilakukan oleh Lestari *et al.* (2025), mengungkapkan bahwa *Theory of Planned Behavior* menjadi landasan bagaimana literasi keuangan mempengaruhi proses pengambilan keputusan keuangan. Hal ini berarti, *Theory of Planned Behavior* memiliki kemampuan dalam menjelaskan bagaimana literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan

pengaruh *finfluencer* membentuk intensi serta perilaku investasi individu, khususnya dalam konteks pengambilan keputusan investasi oleh generasi Z.

1.1.2 Prospect Theory

Prospect Theory pertama kali dikenalkan oleh Kahneman dan Tversky tahun 1979. *Prospect Theory* atau teori prospek menjelaskan mengenai pengambilan keputusan oleh seseorang meskipun hasil akhirnya belum dapat dipastikan (Kahneman dan Tversky, 1979). Teori ini lebih menekankan pada tindakan nyata yang dilakukan oleh investor dalam pengambilan keputusan. *Prospect Theory* sangat relevan digunakan untuk menjelaskan mekanisme psikologis dibalik pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan *finfluencer* terhadap keputusan investasi. Ketiga variabel bebas tersebut dapat memengaruhi cara individu menilai risiko dan keuntungan, serta bagaimana mereka mengambil keputusan dalam kondisi ketidakpastian.

1.1.3 Keputusan Investasi

Keputusan investasi menurut Putrie dan Usman (2022), merupakan tindakan untuk mengalokasikan sejumlah dana yang dimiliki ke dalam suatu instrumen investasi tertentu dengan harapan dapat memperoleh keuntungan di masa mendatang. Keputusan investasi merujuk pada keputusan seseorang agar memperoleh pendapatan dari aset miliknya demi mendapat pengembalian pada masa mendatang (Putri dan Santoso, 2024). Berinvestasi merupakan hal yang sangat penting dalam mengelola pendapatan. Dengan berinvestasi seseorang akan mendapatkan keuntungan yang tinggi dengan resiko yang tinggi pula (Yundari dan Artati, 2021). Kegiatan investasi yang dilakukan oleh masyarakat secara terus menerus akan meningkatkan kegiatan ekonomi dan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan nasional dan meningkatkan taraf kemakmuran masyarakat (Gustika dan Yaspita, 2021).

1.1.4 Literasi Keuangan

Literasi keuangan menurut Sulistyawati *et al.* (2023) merupakan kombinasi dari pengetahuan, kemampuan, dan kepercayaan diri yang memengaruhi sikap serta perilaku seseorang dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan keuangan yang lebih baik guna mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan adalah tentang kemampuan memahami uang dan keuangan serta mampu percaya diri menerapkan pengetahuan itu untuk membuat keputusan keuangan yang efektif karena membuat keputusan keuangan yang sehat adalah keterampilan inti yang diperlukan saat ini (Fietroh dan Andriani, 2021). Literasi keuangan memiliki peran penting dalam masyarakat yang digunakan sebagai pemanfaatan beberapa produk maupun jasa keuangan (Purnamasari *et al.*, 2023).

Penelitian Gustika dan Yaspita (2021), Sun dan Lestari (2022), Siregar dan Anggraeni (2022), Purnamasari *et al.* (2023), Sulistyawati *et al.* (2023), membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Adapun hipotesis yang dirumuskan sesuai dengan uraian tersebut yaitu:

H1 = Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi Z.

1.1.5 Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi menurut Sulistyawati *et al.* (2023) adalah pemahaman yang wajib dimiliki oleh individu terkait berbagai aspek dalam dunia investasi, mulai dari pemahaman dasar mengenai cara menilai suatu investasi, memahami tingkat risiko yang mungkin dihadapi, hingga mengetahui tingkat pengembalian yang dapat diperoleh. Pemahaman dasar mengenai investasi menjadi titik awal dalam proses pengambilan keputusan yang bijak. Akan tetapi, umumnya tingkat pengembalian yang tinggi memiliki risiko yang tinggi (Sun dan Lestari, 2022).

Penelitian Hasanudin *et al.* (2021), Sun dan Lestari (2022), Sulistyawati *et al.* (2023), membuktikan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, berikut hipotesis yang dibuat:

H2 = Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi Z.

1.1.6 Finfluencer

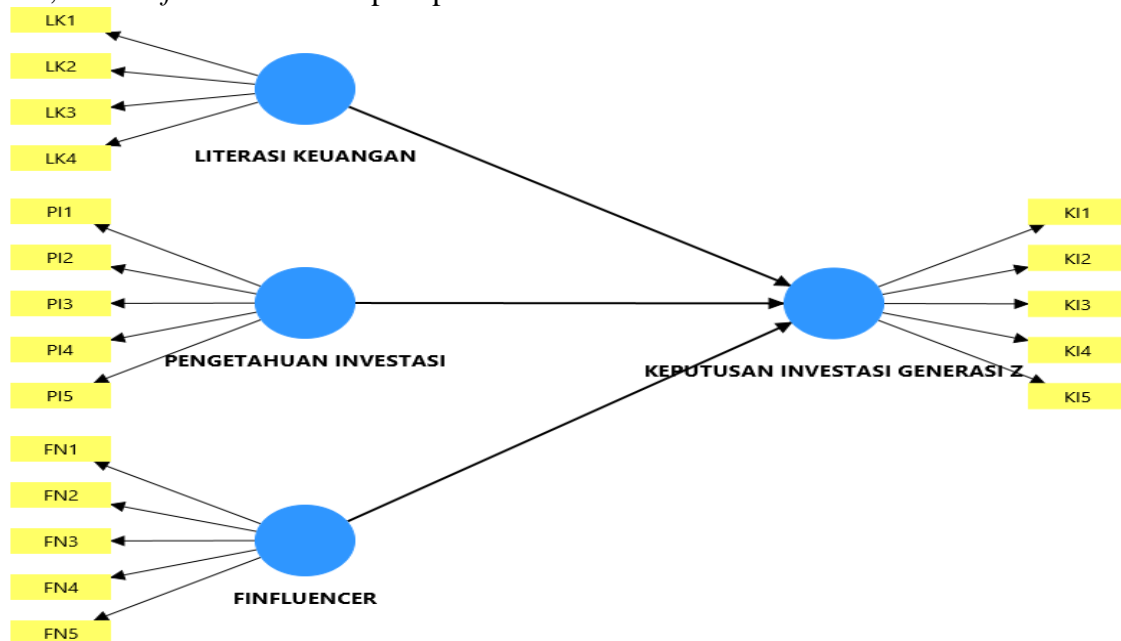
Social media influencer menurut Firmansyah *et al.* (2024), merupakan individu yang memiliki popularitas dan keahlian khusus di media sosial, serta berperan sebagai pihak ketiga dalam menyampaikan, menggambarkan, dan merekomendasikan suatu topik atau informasi melalui *platform* media sosial dengan tujuan memengaruhi para pengikutnya. Menurut Febrillian *et al.* (2023) *financial influencer* adalah seseorang yang memiliki pengaruh kuat dalam bidang keuangan dan investasi, terutama melalui media sosial dan *platform* digital. Mereka biasanya memberikan informasi, saran, atau pandangan yang dapat memengaruhi keputusan finansial para pengikutnya secara luas.

Penelitian Adiningsih dan Ghofar (2022), Febrillian *et al.* (2023), Firmansyah *et al.* (2024), membuktikan bahwa *financial influencer* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Adapun hipotesis yang dirumuskan sesuai dengan uraian tersebut yaitu:

H3 = *Finfluencer* berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi Z.

1.2 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis yang telah diuraikan sebelumnya, berikut merupakan model kerangka konseptual Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, dan *Finfluencer* terhadap Keputusan Investasi:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dengan data penelitian berupa data primer melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 di Soloraya. Sampel penelitian ini adalah generasi Z yang berdomisili di wilayah Soloraya dan sudah pernah melakukan investasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *convenience sampling* yaitu pemilihan sampel sesuai dengan keinginan peneliti dan pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Penelitian ini mengambil sampel sebesar 278. Besarnya sampel tersebut diambil dari perhitungan dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan error 0,06.

Penentuan sampel diambil Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah (2024), total jumlah penduduk di wilayah Soloraya adalah 6.883.160 jiwa yang meliputi wilayah Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten. Dari perhitungan melalui kelompok umur didapatkan hasil bahwa jumlah generasi Z yang berada di wilayah Soloraya sebesar 23,76 % dari total jumlah penduduk.

2.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Keputusan investasi sebagai amatan utama, merupakan kegiatan mengalokasikan dana ke suatu instrumen atau produk investasi dengan tujuan untuk mendapat keuntungan di masa yang akan datang. Keputusan investasi diukur dengan menggunakan tingkat pengembalian, pendapat atau kebijakan dari pemerintah, aktivitas investasi, evaluasi kinerja instrumen investasi, dan produk layanan (Putrie dan Usman, 2022).

Literasi keuangan merupakan amatan terkait kemampuan yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan rasa percaya diri seseorang dalam mengelola keuangan. Kemampuan ini berperan dalam membentuk sikap dan tindakan yang bijak dalam mengambil keputusan keuangan, sehingga dapat mendukung tercapainya kondisi keuangan yang sejahtera. Menurut Sulistyawati *et al.* (2023), literasi keuangan diukur dengan empat hal yaitu pengetahuan umum mengenai keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, dan pemahaman tentang investasi. Selanjutnya, Pengetahuan investasi adalah pemahaman dasar yang perlu dimiliki terkait dunia investasi, yang meliputi dasar-dasar pengetahuan investasi, tingkat risiko, dan tingkat pengembalian yang bisa diperoleh dari investasi. Menurut Sulistyawati *et al.* (2023), pengetahuan investasi diukur dengan lima indikator antara lain, tujuan dasar investasi, tingkat risiko yang dihadapi, tingkat pengembalian, hubungan tingkat risiko dan tingkat pengembalian, dan pengetahuan umum tentang investasi. Munculnya *influencer* media sosial adalah individu yang memiliki popularitas dan keahlian tertentu, yang memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan dan merekomendasikan informasi tertentu guna mempengaruhi pandangan atau tindakan pengikutnya. Menurut Firmansyah *et al.* (2024), yang digunakan untuk mengukur variabel *finfluencer* antara lain, dapat dipercaya, keahlian, daya tarik fisik, kualitas yang dihargai, dan kesamaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

3.2.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dianalisis melalui nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, minimum, serta standar deviasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai masing-masing variabel dalam penelitian. Hasil uji statistik deskriptif yang didapatkan:

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
LK1	278	1	5	4,327	0,713
LK2	278	1	5	4,338	0,792
LK3	278	1	5	4,234	0,856
LK4	278	1	5	4,259	0,718
PI1	278	1	5	4,388	0,689
PI2	278	1	5	4,378	0,661
PI3	278	1	5	4,212	0,736
PI4	278	1	5	4,302	0,680
PI5	278	1	5	4,270	0,732
FN1	278	1	5	4,058	0,927
FN2	278	1	5	4,496	0,667
FN3	278	1	5	4,338	0,759

FN4	278	1	5	4,259	0,767
FN5	278	1	5	4,068	0,835
KI1	278	1	5	4,201	0,722
KI2	278	1	5	4,234	0,749
KI3	278	1	5	4,245	0,738
KI4	278	1	5	4,349	0,692
KI5	278	1	5	4,410	0,687

Sumber: Data yang diolah, 2025

Dari Tabel 1 terkait hasil uji statistik deskriptif dengan total sampel sebanyak 278, diperoleh nilai rata-rata (*mean*) untuk seluruh indikator berada pada kisaran 4,06 hingga 4,50, yang menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan jawaban setuju hingga sangat setuju terhadap setiap pernyataan. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada variabel *finfluencer* indikator FN2 (4,496), sedangkan nilai terendah pada FN1 (4,058), namun keduanya masih tergolong tinggi sehingga menunjukkan persepsi positif secara umum. Nilai minimum dan maksimum pada seluruh indikator berada pada rentang 1 hingga 5, baik pada skala maupun hasil observasi, yang menandakan adanya variasi jawaban responden meskipun tetap berada dalam batas skala pengukuran yang wajar. Sementara itu, nilai standar deviasi berkisar antara 0,661 hingga 0,856, yang berarti penyebaran data relatif kecil dan tanggapan responden terhadap pernyataan cenderung seragam. Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan bahwa persepsi responden terhadap seluruh variabel penelitian bersifat positif dan konsisten.

Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.2.2.1 Hasil Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji *Outer Loading* digunakan untuk pengujian validitas pada penelitian ini. Menurut Hair *et al.* (2010), angka minimal dari *factor loading* adalah $\geq 0,5$ atau idealnya $\geq 0,7$. Didapatkan hasil uji *outer loading* data penelitian:

Tabel 2 Hasil Uji *Outer Loading*

Variabel	Literasi Keuangan	Pengetahuan Investasi	<i>Finfluencer</i>	Keputusan Investasi	Keterangan
LK1	0,762				Valid
LK2	0,720				Valid
LK3	0,687				Valid
LK4	0,803				Valid
PI1		0,782			Valid
PI2		0,776			Valid
PI3		0,765			Valid
PI4		0,832			Valid
PI5		0,786			Valid
FN1			0,684		Valid
FN2			0,694		Valid
FN3			0,753		Valid
FN4			0,744		Valid
FN5			0,711		Valid
KI1				0,769	Valid
KI2				0,749	Valid
KI3				0,783	Valid
KI4				0,788	Valid
KI5				0,766	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2025

Sesuai dengan Tabel 2 mengenai hasil uji *outer loading*, membuktikan bahwa seluruh variabel memiliki *outer loading* lebih dari 0,60. Oleh karena itu, hasil *outer loading* masing-masing indikator masih dapat diterima atau valid.

Uji *Average Variance Extracted (AVE)* digunakan untuk melakukan pengujian validitas pada penelitian ini. *Average Variance Extracted (AVE)* harus berada di atas ambang 0,5 (Fornell dan Larcker 1981; Hair *et al.*, 2010). Didapatkan hasil uji *Average Variance Extracted (AVE)*:

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

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
Literasi Keuangan	0,554	Valid
Pengetahuan Investasi	0,622	Valid
<i>Finfluencer</i>	0,515	Valid
Keputusan Investasi	0,595	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3 mengenai hasil uji *Average Variance Extracted (AVE)*, membuktikan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *AVE* yang berada di atas ambang 0,5. Hal ini membuktikan bahwa masing-masing indikator diterima valid.

3.2.2.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Pengujian validitas diskriminan pada penelitian ini dilakukan dengan menguji nilai *cross loading*. Adapun hasil dari uji validitas diskriminan adalah:

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Diskriminan

Variabel	Literasi Keuangan	Pengetahuan Investasi	<i>Finfluencer</i>	Keputusan Investasi	Keterangan
LK1	0,762	0,519	0,461	0,545	Valid
LK2	0,720	0,486	0,479	0,521	Valid
LK3	0,687	0,498	0,515	0,511	Valid
LK4	0,803	0,557	0,473	0,603	Valid
PI1	0,494	0,782	0,540	0,628	Valid
PI2	0,516	0,776	0,588	0,570	Valid
PI3	0,594	0,765	0,589	0,607	Valid
PI4	0,583	0,832	0,608	0,670	Valid
PI5	0,543	0,786	0,552	0,625	Valid
FN1	0,574	0,514	0,684	0,533	Valid
FN2	0,427	0,555	0,694	0,524	Valid
FN3	0,457	0,583	0,753	0,564	Valid
FN4	0,429	0,483	0,744	0,536	Valid
FN5	0,427	0,478	0,711	0,526	Valid
KI1	0,598	0,599	0,522	0,769	Valid
KI2	0,533	0,519	0,521	0,749	Valid
KI3	0,610	0,636	0,607	0,783	Valid
KI4	0,568	0,660	0,605	0,788	Valid
KI5	0,518	0,613	0,623	0,766	Valid

Sumber: Data yang Diolah, 2025

Berdasar pada Tabel 4 mengenai hasil uji *cross loading*, membuktikan bahwa nilai *cross loading* untuk variabel Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, *Finfluencer*, dan Keputusan Investasi memiliki korelasi antara indikator dengan variabel > indikator pada variabel lainnya. Sehingga semua indikator tersebut dinyatakan valid.

3.2.2.3 Hasil Uji Reliabilitas Komposit (*Composite Reliability*)

Uji *Cronbach's alpha* dilakukan untuk menguji reliabilitas komposit. Hasil dari uji reliabilitas komposit menunjukkan:

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Komposit

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Literasi Keuangan	0,730	Reliabel
Pengetahuan Investasi	0,848	Reliabel
<i>Finfluencer</i>	0,764	Reliabel
Keputusan Investasi	0,830	Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2025

Adapun hasil dari Tabel 5 mengenai hasil uji reliabilitas komposit, membuktikan bahwa variabel Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, *Finfluencer*, dan Keputusan Investasi nilai pada memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 yang menunjukkan bahwa konstruk tersebut reliabel.

3.2.3 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

3.2.3.1 Hasil Uji *R-Square*

Uji model struktural dilakukan dengan uji *R-Square*. Hasil uji *R-Square*, menunjukkan nilai *R-Square* sebesar 0,724 pada variabel Keputusan Investasi. Hal ini membuktikan bahwa variabel independen yang terdiri dari Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, dan *Finfluencer* mampu menjelaskan sebesar 72,4% variasi pada variabel Keputusan Investasi. Sementara itu, sisanya sebesar 27,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. nilai *R-Square* sebesar 0,724 termasuk dalam kategori kuat.

3.2.3.2 Hasil Uji *F-Square*

Pengujian dengan menggunakan uji *F-Square* menghasilkan data berikut:

Tabel 6 Hasil Uji *F-Square*

Variabel	Keputusan Investasi	Keterangan
Literasi Keuangan	0,140	Diterima
Pengetahuan Investasi	0,203	Diterima
<i>Finfluencer</i>	0,128	Diterima
Keputusan Investasi		

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 6 mengenai hasil uji *F-Square*, menunjukkan bahwa nilai *f-square* sebesar 0,140 pada literasi keuangan juga menunjukkan pengaruh kecil yang cenderung sedang terhadap keputusan investasi. Selanjutnya, nilai *f-square* sebesar 0,203 pada pengetahuan investasi menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh sedang terhadap keputusan investasi. Sementara itu, *finfluencer* memiliki nilai *f-square* sebesar 0,128 berarti bahwa konstruk ini memiliki pengaruh kecil terhadap keputusan investasi.

3.2.3.3 Hasil Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai profitabilitasnya untuk *p-value* dengan alpha 5%.

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis

Variabel		<i>Original Sample</i> (O)	<i>Sample Mean</i> (M)	<i>T Statistic</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
Literasi → Investasi	Keuangan Keputusan Investasi	0,285	0,286	5,232	0,000	H ₁ Diterima

Pengetahuan Investasi → Keputusan Investasi	0,382	0,374	5,238	0,000	H ₂ Diterima
<i>Finfluencer</i> → Keputusan Investasi	0,286	0,291	4,309	0,000	H ₃ Diterima

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 7 mengenai pengujian hipotesis menunjukkan bahwa:

- Pada variabel literasi keuangan terhadap keputusan investasi, didapatkan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$, artinya literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi.
- Pada variabel pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi, didapatkan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$, artinya pengetahuan investasi berpengaruh terhadap keputusan investasi.
- Pada variabel *finfluencer* terhadap keputusan investasi, didapatkan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$, artinya *finfluencer* berpengaruh terhadap keputusan investasi.

3.2.4 Pembahasan

3.2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi

Pengujian hipotesis pertama didapatkan *p-value* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik 5,232 maka menandakan bahwa H₁ diterima atau literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula kemampuan individu dalam mengambil keputusan investasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Gustika dan Yaspita (2021), Sun dan Lestari (2022), Siregar dan Anggraeni (2022), Purnamasari *et al.* (2023), Sulistyawati *et al.* (2023), yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

3.2.4.2 Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi

Pengujian hipotesis kedua didapatkan *p-value* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik 5,238 maka menandakan bahwa H₂ diterima atau pengetahuan investasi berpengaruh terhadap keputusan investasi. Hal ini mengindikasikan semakin tinggi pengetahuan individu mengenai dasar investasi, risiko, tingkat pengembalian, dan pengetahuan umum investasi, semakin besar kemungkinan individu tersebut mengambil keputusan investasi yang tepat. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hasanudin *et al.* (2021), Sun dan Lestari (2022), Sulistyawati *et al.* (2023), membuktikan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

3.2.4.3 Pengaruh *Finfluencer* Terhadap Keputusan Investasi

Pengujian hipotesis ketiga didapatkan *p-value* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik 4,309 maka menandakan bahwa H₃ diterima atau *finfluencer* berpengaruh terhadap keputusan investasi. Artinya, keberadaan *finfluencer* di media sosial memiliki peran dalam memengaruhi keputusan investasi seseorang. *Finfluencer* berperan sebagai sumber informasi dan edukasi finansial yang mudah diakses oleh masyarakat, terutama generasi Z. Hasil ini sejalan dengan penelitian Adiningsih dan Ghofar (2022), Febrillan *et al.* (2023), Firmansyah *et al.* (2024), membuktikan bahwa *financial influencer* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan *finfluencer* terhadap keputusan investasi generasi Z di Soloraya. Berkenaan pada penjabaran hasil penelitian dan pembahasan didapatkan kesimpulan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi Generasi

Z di Soloraya. Demikian halnya dengan Pengetahuan Investasi dan *Finfluencer*, masing-masing juga berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi Generasi Z di Soloraya.

4.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam ruang lingkup wilayah yang diteliti, yaitu hanya berfokus pada generasi Z di Soloraya, sehingga belum bisa digeneralisasikan untuk seluruh generasi Z di Indonesia. Penelitian ini juga belum mempertimbangkan variabel lain seperti faktor pendapatan, lingkungan sosial, atau persepsi risiko, yang juga berpotensi mempengaruhi keputusan investasi. Oleh karena itu, penelitian lanjutan masih dapat dikembangkan dengan memperluas wilayah penelitian ke berbagai wilayah lain di Indonesia dan menambahkan amatan, sehingga dapat meningkatkan kedalaman analisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, A. D. A., dan Ghofar, A. (2022). Pengaruh Financial Influencer dan Webinar Investasi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Mahasiswa. *Reviu Akuntansi, Keuangan, dan Sistem Informasi*, 1(1), 122–131.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (28 Februari 2024). *Provinsi Jawa Tengah Dalam Angka 2024*. Diakses pada 11 Juni 2025, dari <https://jateng.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/980d120f5be18d6400c48b16/provinsi-jawa-tengah-dalam-angka-2024.html>
- Bursa Efek Indonesia. (2025). *Sinergi, Kolaborasi dan Digitalisasi Dorong Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Lampau 16 Juta*. Diakses pada 11 Juni 2025, dari <https://www.idx.co.id/id/berita/siaran-pers/2368>
- Eduard, M. B., Widyastuti, T., Maidani, dan Sari, P. N. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Financial Literacy, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Milenial dan Generasi Z di Kecamatan Bekasi Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 924–941.
- Febrillian, A. T., Basalamah, M. R., dan Wahono, B. (2023). Pengaruh Financial Influencer, Financial Literacy, Overconfidence terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma). *E- Jurnal Riset Manajemen*, 13(2), 28–35.
- Fietroh, M. N., dan Andriani, B. S. (2021). Peran Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan untuk Meningkatkan Minat Investasi Mahasiswa. *Samalewa: Jurnal Riset dan Kajian Manajemen*, 4(2), 153–160.
- Firmansyah, F. F., Sriyono, S., dan Prapanca, D. (2024). Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi dan Uang Saku terhadap Minat Investasi pada Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 770–790.

- Fornell, C., dan Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388.
- Gustika, G. S., dan Yaspita, H. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa STIE Indragiri Rengat. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 261–269.
- Hair, J. F., William, C. B., Barry, J. B., dan Rolph, E. A. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*., Englewood Cliffs, New Jersey: Pretice Hall.
- Hasanudin, Nurwulandari, A., dan Safitri, R. K. (2021). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi dan Pelatihan Pasar Modal terhadap Keputusan Investasi yang Dimediasi oleh Minat Investasi (Studi pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.
- Kahneman, D., dan Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *The Econometric Society*, 47(3), 263–291.
- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2023). *Gen Z Serbu Bursa Saham*. Diakses pada 12 Juni 2025, dari <https://datanesia.id/gen-z-dominasi-investor-individu/>
- Lestari, E., Putri, J. L., Agustina, S., Sari, A. N., dan Polii, N. J. D. (2025). Pengaruh Financial Influencer dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Kalangan Gen Z di Indonesia. *SEIKO: Journal of Management dan Business*, 8(2), 219–232.
- Maulida, B. I. U., dan Effendy, L. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Motivasi Diri, dan Pengetahuan Investasi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Mataram). *JSEH Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 10(2), 317–327.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. Diakses pada 11 juni 2025, dari <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>
- Purnamasari, E. D., Sari, R., dan Lazuardi, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Palembang). *MSDJ: Management and Sustainable Development Journal*, 5(1), 34–45.
- Putri, I. H. A., dan Santoso, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko dan Kemajuan Teknologi terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ekono Insentif*, 18(1), 34–46.
- Putrie, S. G. S., dan Usman, B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penghindaran Risiko terhadap Keputusan Investasi dengan Locus of Control sebagai Variabel Moderasi di Dki

- Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(2), 703–722.
- Ramadhani, R. A., Fitriaty, dan Lubis, T. A. (2022). Pengaruh Teknologi dan Pengetahuan Investasi terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(4), 176–182.
- Siregar, D. K., dan Anggraeni, D. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 96–112.
- Sulistyawati, A. I., Yuliati, Saifudin, Rosyati, Ariani, K. R., dan Ghozali, I. (2023). The Role of Financial Self Efficacy in Moderating the Influence of Investment Knowledge and Financial Literacy on Investment Intention in the Capital Market among Millennials. *Review of Economics and Finance*, 21(1), 2780-2789.
- Sun, S., dan Lestari, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat di Batam. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 10(3), 101-114.
- Yovieta, V., Wahyuni, I., dan Sari, L. P. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Keputusan Investasi dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan Tahun 2018. *Jurnal Prosiding Nasional 2022 Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*, 1(1), 271–280.
- Yundari, T., dan Artati, D. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus pada Karyawan Swasta di Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Manajemen Keuangan*, 3(3), 609-622.