

LITERASI KEUANGAN DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA

Financial Literacy and Social Media on Student Investment Decisions

Brigitta Alecia¹⁾, dan Nuryasman MN²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen Bisnis, Universitas Tarumanagara

²⁾Program Studi Manajemen Bisnis, Universitas Tarumanagara

Diajukan 6 Januari 2025 / Disetujui 3 Maret 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh literasi keuangan dan penggunaan media sosial terhadap keputusan investasi mahasiswa di wilayah DKI Jakarta. Dalam era digital saat ini, mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki akses luas terhadap informasi finansial serta platform investasi. Namun demikian, mereka kerap menghadapi tantangan dalam mengambil keputusan investasi yang tepat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang melibatkan 283 mahasiswa aktif yang berinvestasi. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Pemahaman yang baik tentang konsep dasar keuangan, manajemen risiko, serta diversifikasi portofolio membantu mahasiswa membuat keputusan investasi yang lebih terarah. Di sisi lain, media sosial juga memberikan pengaruh signifikan dengan menyediakan informasi secara real-time serta membentuk persepsi mahasiswa tentang peluang investasi. Hal ini mendorong mereka untuk berinvestasi secara lebih cerdas dan bertanggung jawab. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi institusi pendidikan dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif, sekaligus menjadi panduan bagi pelaku industri keuangan dalam memanfaatkan media sosial secara bijak untuk mendukung literasi dan inklusi keuangan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan strategi yang mendukung pengambilan keputusan investasi mahasiswa secara lebih baik serta menciptakan ekosistem investasi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Sosial Media, Keputusan Investasi

Abstract

This study aims to evaluate the influence of financial literacy and social media usage on students' investment decisions in the DKI Jakarta area. In today's digital era, students, as part of the younger generation, have broad access to financial information and investment platforms. However, they often face challenges in making sound investment decisions. This research adopts a quantitative approach, collecting data through questionnaires distributed to 283 active student investors. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The findings reveal that financial literacy has a significantly positive impact on investment decision-making. A solid understanding of basic financial concepts, risk management, and portfolio diversification helps students make more targeted investment decisions. Furthermore, social media also plays a significant role by providing real-time information and shaping students' perceptions of investment opportunities. This encourages them to invest more intelligently and responsibly. This study is expected to contribute to educational institutions in designing more effective financial education programs while also serving as a guide for financial industry players to leverage social media wisely in supporting financial literacy and inclusion. Thus, the findings of this research can serve as a reference for developing strategies that better support students' investment decision-making and foster an inclusive and sustainable investment ecosystem.

Keywords: Financial Literacy, Social Media, Investment Decisions

*Korespondensi Penulis:

E-mail: nuryasman@fe.untar.ac.id

Pendahuluan

Latar Belakang

Di era digital yang terus berkembang pesat, generasi muda kini memiliki akses yang lebih luas ke informasi dan berbagai platform investasi, khususnya melalui media sosial. Meski akses ini membuka peluang untuk menjelajahi beragam instrumen investasi, banyak di antara mereka masih menghadapi kesulitan dalam mengambil keputusan investasi yang bijak. Tak jarang, mereka terjebak pada persepsi bahwa investasi dapat menghasilkan kekayaan secara instan, sehingga berani mengambil risiko tanpa pengetahuan yang memadai.

Berdasarkan data dari PT Bursa Efek Indonesia, jumlah investor di pasar modal Indonesia telah mencapai 13 juta SID, dengan peningkatan yang signifikan sebagai cerminan antusiasme masyarakat terhadap investasi. Laporan statistik bulanan yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa pada Juni 2024, DKI Jakarta mencatat sekitar 1.621.147 SID, menjadikannya provinsi dengan jumlah SID terbanyak. Hal ini mengindikasikan tingginya minat masyarakat dalam berinvestasi serta akses informasi keuangan yang semakin baik.

No	Provinsi/Province	Type Investor/Type of Investor										Total
		CP	FD	IB	ID	IS	MF	OT	PF	SC		
1	ACEH	21	3	2	143.574	-	-	7	2	-	-	143.609
2	BALI	452	8	6	263.027	1	-	45	5	-	-	263.544
3	BANTEN	1.587	39	12	774.993	3	2	139	10	6	-	776.791
4	BENGKULU	18	-	-	64.612	-	-	8	1	-	-	64.639
5	D.I. YOGYAKARTA	161	39	2	243.403	-	-	28	17	-	-	243.650
6	DKI JAKARTA	11.121	398	217	1.605.377	329	1.646	859	342	258	-	1.621.147
7	GORONTALO	3	-	-	37.435	-	-	3	-	-	-	37.441
8	JAMBI	71	1	3	125.056	-	-	3	1	-	-	125.135
9	JAWA BARAT	2.068	133	30	2.831.401	2	4	276	48	6	-	2.833.968
10	JAWA TENGAH	745	75	10	1.541.136	-	-	112	24	-	-	1.542.102
11	JAWA TIMUR	2.405	117	27	1.698.358	7	2	330	35	3	-	1.701.284
12	KALIMANTAN BARAT	125	19	4	180.180	-	-	27	2	-	-	180.357
13	KALIMANTAN SELATAN	109	4	3	169.812	1	-	20	1	-	-	169.950
14	KALIMANTAN TENGAH	27	5	3	104.099	1	-	4	1	-	-	104.140
15	KALIMANTAN TIMUR	268	9	9	233.485	1	1	48	3	-	-	233.824
16	KALIMANTAN UTARA	6	-	-	31.435	-	-	2	-	-	-	31.443
17	KEPULAUAN BANGKA BELIT	39	1	1	59.544	-	-	1	-	-	-	59.586
18	KEPULAUAN RIAU	378	7	-	130.315	-	-	14	-	-	-	130.714
19	LAMPUNG	145	7	2	310.165	-	-	6	5	-	-	310.330
20	MALUKU	29	-	2	48.440	-	-	6	1	-	-	48.478
21	MALUKU UTARA	6	-	-	29.007	-	-	5	-	-	-	29.018
22	NUSA TENGGARA BARAT	135	2	3	141.237	-	-	13	2	-	-	141.392
23	NUSA TENGGARA TIMUR	69	7	5	91.228	1	-	15	3	-	-	91.328
24	PAPUA	66	3	4	64.138	-	-	10	1	-	-	64.222
25	PAPUA BARAT	23	-	-	30.305	-	-	3	-	-	-	30.331
26	RIAU	142	9	4	234.931	1	-	18	1	-	-	235.106
27	SULAWESI BARAT	13	-	-	27.833	-	-	-	-	-	-	27.846
28	SULAWESI SELATAN	157	11	3	367.411	-	-	24	7	-	-	367.613
29	SULAWESI TENGAH	31	3	4	98.521	-	-	8	1	-	-	98.568
30	SULAWESI TENGGARA	50	-	1	77.168	-	-	1	2	-	-	77.222
31	SULAWESI UTARA	72	5	2	102.855	-	-	16	1	-	-	102.951
32	SUMATERA BARAT	55	8	2	183.998	-	-	10	6	-	-	184.079
33	SUMATERA SELATAN	128	10	5	347.983	2	-	17	14	-	-	348.159
34	SUMATERA UTARA	376	38	10	592.374	-	-	72	6	-	-	592.876
Grand Total		21.101	961	376	12.985.436	349	1.655	2.150	542	273	-	13.012.843

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2024).

Gambar 1. Demografi Total SID Berdasarkan Provinsi

Berdasarkan data KSEI pada Januari 2024, mayoritas investor berasal dari kelompok usia ≤ 30 tahun, yang menunjukkan bahwa mahasiswa menjadi salah satu kelompok paling aktif dalam berinvestasi. Namun, keputusan mereka dalam berinvestasi dipengaruhi oleh literasi keuangan, media sosial, dan kebijakan terkait investasi. Peningkatan minat generasi muda terhadap investasi mencerminkan upaya mereka untuk meraih masa depan yang lebih stabil dan sejahtera.

Kemudahan akses informasi melalui media sosial telah mengubah cara generasi muda memperoleh wawasan dan berbagi pengalaman. Meski begitu, tantangan seperti maraknya investasi bodong tetap ada, sehingga penting bagi generasi muda untuk meningkatkan literasi keuangan. Dengan pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan dan produk investasi, mereka dapat membuat keputusan investasi yang lebih bijaksana. Literasi keuangan menjadi faktor utama yang memengaruhi kemampuan mereka dalam memilih strategi investasi yang tepat.

Media sosial memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan investasi, terutama melalui penyediaan informasi yang relevan dan terkini. Penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa literasi keuangan serta pengaruh media sosial memberikan kontribusi positif terhadap proses pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi mahasiswa, dengan harapan dapat mendorong generasi muda untuk berinvestasi dengan bijaksana dan bertanggung jawab.

Kajian teori

Penelitian ini mengadopsi *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen sebagai perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TPB menjelaskan niat perilaku manusia berdasarkan tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku (Ajzen, 2021; Abbasi *et al.*, 2021). Faktor-faktor seperti sikap individu, baik positif maupun negatif, tekanan sosial dari lingkungan, serta persepsi atas kemampuan mengendalikan perilaku berperan dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan.

Media sosial berkontribusi pada aspek kontrol perilaku yang dirasakan, di mana individu dengan kendali yang baik dapat mengelola penggunaan media sosial secara efektif (Novitasari *et al.*, 2022). Sementara itu, literasi keuangan berhubungan dengan sikap terhadap perilaku, di mana tingkat literasi yang tinggi menciptakan sikap positif terhadap pengelolaan keuangan dan menghasilkan keputusan keuangan yang lebih bijaksana (Laily *et al.*, 2021).

Keputusan investasi juga dipengaruhi oleh norma subjektif, yaitu persepsi individu terhadap tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki dampak signifikan terhadap keputusan investasi, di mana tekanan sosial eksternal membantu individu meningkatkan kemampuan dalam mengambil keputusan investasi (Wirawan *et al.*, 2022).

TPB menambahkan elemen kontrol perilaku yang dirasakan untuk memperkuat prediksi perilaku manusia. Keyakinan individu terhadap investasi memengaruhi sikap mereka, sehingga generasi muda perlu memiliki keyakinan positif untuk memulai investasi (Seni & Ratnadi, 2023). Selain itu, norma subjektif mencerminkan kecenderungan untuk mengikuti pendapat orang lain, yang membentuk tekanan normatif (Pratiwi, 2020).

Sebagai kerangka teoritis, TPB sangat relevan dalam menganalisis keputusan investasi. Ketertarikan untuk berinvestasi muncul ketika individu memiliki kemampuan dan peluang, yang dapat ditingkatkan melalui edukasi dan pelatihan investasi (Nisa & Zulaika, 2023).

Kurniadi *et al.*, 2022 menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Namun, temuan berbeda diungkapkan oleh Sun dan Lestari (2022), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak signifikan pada keputusan investasi. Sementara itu, Sari *et al.*, 2024 menyebutkan bahwa media sosial berkontribusi positif dalam pengambilan keputusan investasi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Permata, (2021) menunjukkan bahwa media sosial tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kasus investasi bodong serta adanya perbedaan temuan dalam penelitian sebelumnya (*research gap*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi di kalangan mahasiswa.

H1: terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi.

H2: terdapat pengaruh sosial media terhadap keputusan investasi.

Metode Penelitian

Menurut Silaen (2018) dan Nachmias & Nachmias (Dewi Nur'aini, 2020), desain penelitian merupakan serangkaian proses yang mencakup perencanaan dan pelaksanaan penelitian, mulai dari merumuskan pertanyaan hingga menarik kesimpulan serta menentukan batas generalisasi hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berfokus pada pengumpulan data primer melalui kuesioner yang diisi oleh responden yang dipilih sesuai kriteria. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur variabel yang berkaitan dengan topik penelitian dengan menggunakan skala Likert. Data yang terkumpul akan dianalisis secara statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi, memungkinkan pengukuran yang objektif dan sistematis serta identifikasi pola dan hubungan antar variabel.

Populasi dalam penelitian ini mencakup mahasiswa di DKI Jakarta yang aktif berinvestasi. Sesuai dengan definisi Prof. Dr. Sugiyono (2020), populasi merujuk pada kumpulan objek dengan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampel, yakni metode yang digunakan untuk memilih individu dengan karakteristik spesifik yang sesuai dengan tujuan penelitian, sebagaimana dijelaskan oleh Turner, (2020).

Teknik ini memungkinkan peneliti untuk fokus pada kelompok yang memiliki informasi penting, sehingga menghasilkan data yang akurat dan relevan, serta efektif dalam analisis kuantitatif untuk mengidentifikasi subkelompok signifikan. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan rumus Hair (2021), yang merekomendasikan ukuran sampel minimum antara 5 hingga 10 kali jumlah indikator variabel. Dengan 21 indikator yang digunakan, ukuran sampel idealnya adalah 210 orang. Berdasarkan data dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) (2023), jumlah mahasiswa di DKI Jakarta mencapai 202.337, sehingga pengumpulan sampel sebanyak 210 orang sangat memungkinkan.

Variabel bebas yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan dan media sosial, sedangkan variabel dependen adalah keputusan investasi. Literasi keuangan diukur menggunakan skala literasi keuangan, media sosial diukur dengan skala penggunaan media sosial, dan keputusan investasi diukur melalui skala keputusan investasi.

Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner yang terdiri dari tiga bagian: literasi keuangan, media sosial, dan keputusan investasi. Sebelum digunakan, kuesioner ini diuji coba terlebih dahulu untuk memastikan kevalidan dan keandalan instrumen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui media sosial, di mana setiap responden diminta untuk mengisi kuesioner dan mengirimkannya kembali kepada peneliti.

Data dalam penelitian ini diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM), yang mencakup analisis outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator, serta analisis inner model untuk mengevaluasi hubungan antar variabel. Validitas merupakan aspek penting dalam evaluasi model, yang mencakup pengukuran ketepatan instrumen dalam menggambarkan variabel yang diteliti. Dalam SEM, terdapat dua jenis validitas: validitas konvergen, yang mengukur sejauh mana konstruk menjelaskan variasi indikator, dan validitas diskriminan, yang memastikan adanya perbedaan antar konstruk.

Validitas konvergen diukur dengan *average variance extracted* (AVE), sedangkan validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria *cross-loading*. Reliabilitas diukur dengan *composite reliability*, yang menunjukkan konsistensi pengukuran. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS, yang cocok untuk data nonparametrik dan model yang kompleks. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar varians yang dapat dijelaskan oleh model, sedangkan *predictive relevance* (Q^2) menilai

kemampuan model dalam melakukan prediksi. *Goodness of fit* (GoF) mengukur kesesuaian model dengan data, dan *effect size* (f^2) menunjukkan pengaruh antar variabel.

Koefisien jalur menggambarkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, sementara uji hipotesis digunakan untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel. Penelitian ini juga memenuhi asumsi dalam analisis regresi linear berganda, termasuk uji multikolinearitas, untuk memastikan bahwa tidak ada hubungan yang terlalu kuat antar variabel independen.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Multikolinieritas

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)

Variabel	VIF	Keterangan
	Keputusan Investasi	
Literasi Keuangan	4,254	Tidak Ada Multikolinearitas
Sosial Media	4,254	Tidak Ada Multikolinearitas

Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

Merujuk pada Tabel 1, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara variabel independen dalam penelitian ini lebih besar dari 0,5, yang menandakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi yang diterapkan.

Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 2. Hasil Analisis Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Literasi Keuangan	0,624
Sosial Media	0,635
Keputusan Investasi	0,633

Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

Merujuk pada Tabel 2, hasil dari *average variance extracted* (AVE) menunjukkan nilai AVE $\geq 0,50$, yang berarti konstruk tersebut dapat menjelaskan setidaknya 50% dari varians indikator-indikator yang membentuknya. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa konstruk tersebut memiliki kemampuan yang memadai untuk mewakili variasi dari indikator-indikator yang ada.

Uji Validitas

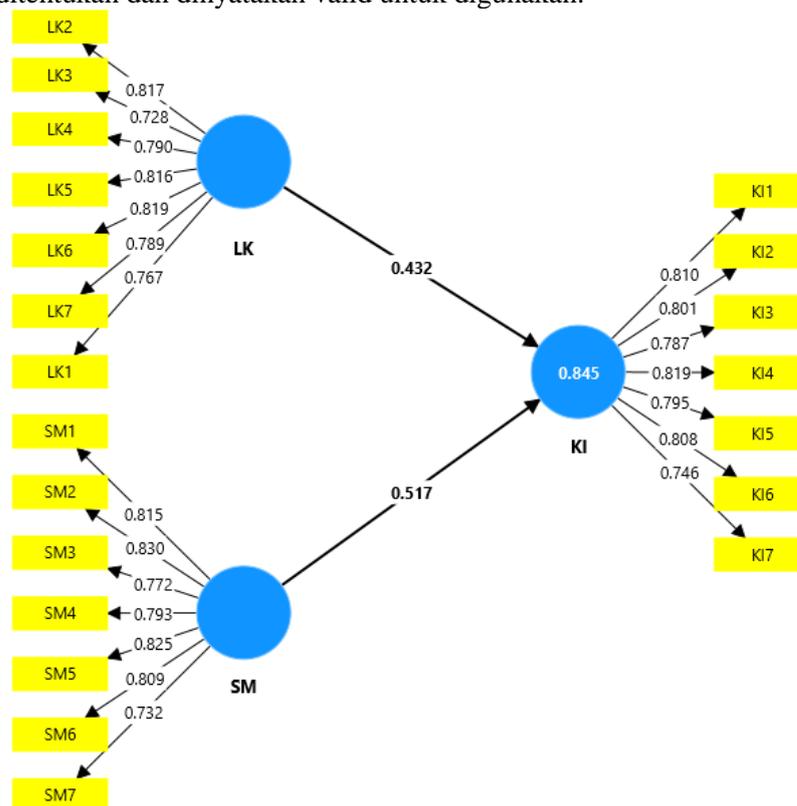
Tabel 3. Hasil Analisis Uji Validitas

Indikator	Outer Loading	Cross Loading	t-statistics	Keterangan
LK1	0,767	0,767	14,963	Valid
LK2	0,817	0,817	25,603	Valid
LK3	0,728	0,728	15,274	Valid
LK4	0,790	0,790	21,017	Valid
LK5	0,816	0,816	27,329	Valid
LK6	0,819	0,819	25,950	Valid
LK7	0,789	0,789	19,989	Valid

SM1	0,815	0,815	26,693	Valid
SM2	0,830	0,830	28,209	Valid
SM3	0,772	0,772	17,395	Valid
SM4	0,793	0,793	20,638	Valid
SM5	0,825	0,825	25,115	Valid
SM6	0,809	0,809	24,061	Valid
SM7	0,732	0,732	15,617	Valid
KI1	0,810	0,810	22,781	Valid
KI2	0,801	0,801	21,666	Valid
KI3	0,787	0,787	20,443	Valid
KI4	0,819	0,819	27,537	Valid
KI5	0,795	0,795	20,316	Valid
KI6	0,808	0,808	24,002	Valid
KI7	0,746	0,746	15,991	Valid

Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

Merujuk pada Tabel 3, hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai *outer loading* dan *cross loading* lebih besar dari 0,7, yang menandakan bahwa semua indikator memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan dan dinyatakan valid untuk digunakan.



Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

Gambar 2. Hasil Uji Validitas

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Composite reliability (ρ_c)	Keterangan
Literasi Keuangan	0,923	Valid

Sosial Media	0,921	Valid
Keputusan Investasi	0,924	Valid

Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

Merujuk pada Tabel 4, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* melebihi 0,6 ($\geq 0,6$), yang berarti indikator-indikator tersebut memiliki konsistensi internal yang memadai dan dapat dianggap layak untuk digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R – square)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R – square)

Variabel	R-square	Keterangan
Keputusan Investasi	0,845	Kuat

Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

Mengacu pada Tabel 5, uji koefisien determinasi (R^2) menghasilkan nilai sebesar 0,845, yang menunjukkan bahwa 84,5% variabilitas pada keputusan investasi dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan media sosial. Sementara itu, 15,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Uji Predictive Relevance (Q – square)

Tabel 6. Hasil Predictive Relevance (Q – square)

	Q ² Predict
Keputusan Investasi	0,846

Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

Merujuk pada Tabel 6, hasil uji Q-square menunjukkan nilai sebesar 0,846. Nilai ini tidak hanya lebih besar dari 0 ($0,846 > 0$), tetapi juga melebihi batas 0,35, yang menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki tingkat relevansi prediktif yang tinggi.

Uji Goodness of Fit (GoF)

Tabel 7. Hasil Uji Goodness of Fit (GoF)

Variabel	AVE	R ²	GoF
Literasi Keuangan	0,624		
Sosial Media	0,635		
Keputusan Investasi	0,633	0,845	0,730
Rata-rata	0,631	0,845	

Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times R^2}$$

$$\text{GoF} = \sqrt{0,631 \times 0,845} = 0,730$$

Mengacu pada Tabel 7, nilai GoF tercatat sebesar 0,730, yang dianggap tinggi karena melebihi ambang batas 0,36 ($\geq 0,36$). Hasil ini memperlihatkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kesesuaian dan kecocokan yang kuat dengan data, sehingga dapat diandalkan untuk menganalisis hubungan antar variabel yang diteliti.

Uji Effect Size (f^2)

Tabel 8. Hasil *Effect Size* (f^2)

Variabel	<i>Effect Size</i> (f^2)	
	Keputusan Investasi	Keterangan
Literasi Keuangan	0,283	Efek Sedang
Sosial Media	0,404	Efek Besar

Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

Merujuk pada Tabel 8, hasil dari nilai (f^2) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak moderat terhadap keputusan investasi, dengan nilai 0,283 (kategori moderat berada dalam rentang 0,15 hingga 0,35). Sebaliknya, media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, dengan nilai 0,404 (kategori besar untuk nilai di atas 0,35).

Uji Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji *Bootstrapping*

Variabel	<i>Original Sample</i>	t-statistics	p-value
Literasi Keuangan → Keputusan Investasi	H1 0,432	9,004	0,000
Sosial Media → Keputusan Investasi	H2 0,517	10,775	0,000

Sumber: Olah Data Primer SmartPLS 4, 2024

Mengacu pada Tabel 9, Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *bootstrapping*. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan investasi, dengan nilai *original sample* sebesar 0,432 dan t-statistics mencapai 9,004, jauh di atas ambang batas 1,96. Selain itu, p-value sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, semakin menguatkan kesimpulan tersebut. Demikian pula, media sosial terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keputusan investasi, ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0,517 dan t-statistics sebesar 10,775, yang juga jauh melebihi ambang batas 1,96. P-value sebesar 0,000 mendukung temuan ini dengan kuat.

Studi ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan dan media sosial memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa di DKI Jakarta. Literasi keuangan membantu mahasiswa dalam mengelola risiko dan membuat keputusan investasi yang lebih cerdas, sedangkan media sosial berperan dalam menyediakan informasi yang memengaruhi preferensi investasi mereka. Pemahaman mengenai peran lembaga pengawas jasa keuangan muncul sebagai indikator paling dominan dalam literasi keuangan, menekankan pentingnya aspek ini dalam mencegah keterlibatan pada investasi ilegal. Selain itu, media sosial terbukti menjadi salah satu sumber informasi utama yang berpengaruh, sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas informasi yang disampaikan melalui platform tersebut.

Kepercayaan diri mahasiswa dalam mengambil keputusan investasi dipengaruhi oleh interaksi antara literasi keuangan dan informasi yang diperoleh melalui media sosial. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya adanya program literasi keuangan yang lebih menyeluruh serta kolaborasi antara lembaga pendidikan dan sektor investasi untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam membuat keputusan finansial yang tepat. Penelitian ini selaras dengan *Theory of Planned Behavior*, yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan media sosial berpengaruh terhadap sikap, norma subjektif, serta persepsi kontrol mahasiswa dalam berinvestasi. Temuan ini juga menguatkan hasil

penelitian terdahulu yang menunjukkan pengaruh positif literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi.

Simpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi keuangan dan media sosial memiliki dampak signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa di DKI Jakarta. Literasi keuangan memfasilitasi mahasiswa dalam mengelola risiko dan membuat keputusan yang lebih cermat, sementara media sosial menyediakan informasi yang memengaruhi pilihan investasi mereka. Pemahaman mengenai lembaga pengawas jasa keuangan menjadi faktor kunci dalam literasi keuangan, yang sangat penting untuk menghindari investasi ilegal.

Media sosial juga berperan sebagai sumber utama informasi, sehingga kualitas informasi yang diberikan perlu ditingkatkan. Kepercayaan diri mahasiswa dalam membuat keputusan investasi dipengaruhi oleh perpaduan antara literasi keuangan dan informasi yang diperoleh dari media sosial. Temuan ini menekankan pentingnya program literasi keuangan yang lebih menyeluruh serta kerjasama antara lembaga pendidikan dan sektor investasi. Penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan pengaruh positif literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi.

Daftar Pustaka

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding The Intention to Revisit a Destination by Expanding The Theory of Planned Behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Dewi Nur'aini, R. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur dan Perilaku. In *92 INERSIA* (Vol. 1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- Hanum Kusuma Dewi. (2024, June 26). *BEI: Jumlah Investor Pasar Modal Tembus 13 Juta per Mei 2024*. <https://www.bareksa.com/Berita/Saham/2024-06-26/Bei-Jumlah-Investor-Pasar-Modal-Tembus-13-Juta-per-Mei-2024>. <https://www.bareksa.com/berita/saham/2024-06-26/bei-jumlah-investor-pasar-modal-tembus-13-juta-per-mei-2024>
- Icha Julyana Bella Permata. (2021). *Analisis Pengaruh Edukasi Pasar Modal dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun Di Jawa Barat)*. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/2468>
- Joseph F. Hair Jr, G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, & Soumya Ray. (2021). *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R AAWorkbook*. <http://www>.
- Kurniadi, A. C., Sutrisno, T. F., & Kenang, I. H. (2022). The Influence of Financial Literacy and Financial Behavior on Investment Decision for Young Investor in Badung District, Bali. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 323. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p11>
- Novitasari, D., Lestari, W., & Hayati, R. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja Di Kota Pontianak. *Eksistensi*, 4(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29406/eksis.v4i1.4644>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024, August 19). *Satgas PASTI Blokir 1.001 Entitas Ilegal di Juni-Juli 2024*. <https://ojk.go.id/Id/Berita-Dan-Kegiatan/Info-Terkini/Pages/Satgas-PASTI-Blokir-1001-Entitas-Ilegal-Di-Juni-Juli-2024.aspx#:~:Text=Sejak%202017%20s.d.%2031%20Juli,Dan%20251%20entitas%20gadai%20ilegal>. <https://ojk.go.id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Satgas-PASTI-Blokir-1001-Entitas-Ilegal-di-Juni-Juli-2024.aspx#:~:text=Sejak%202017%20s.d.%2031%20Juli,dan%20251%20entitas%20gadai%20ilegal>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA Bandung.
- Sari, Y. P., Fany Alfarisi, M., & Rahim, R. (2024). The Effect of Financial Literacy, Risk Perceptions, and Social Media on Investment Decisions of The Millennials in Padang City. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/rj.v6i1>
- Septiwati Sun, & Emi Lestari. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat Di Batam. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(<https://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/issue/view/1016>), 101–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n3>

Sofar Silaen. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*.

Turner, D. P. (2020). Sampling Methods in Research Design. *Headache*, 60(1), 8–12. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1111/head.13707>

Wirawan, R., Mildawati, T., & Suryono, B. (2022). Deteminan Pengambilan Keputusan Investasi Berdasarkan Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Dan Perilaku Heuristik. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(1), 43–57. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i1.5163>