



PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI RISIKO DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI GEN Z DI KOTA MEDAN

Suti Andriani¹, Mulyani²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, Sumatera Utara, Indonesia
diajengmulyanii@gmail.com¹

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pilihan investasi Generasi Z di Medan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk media sosial, persepsi risiko, dan literasi keuangan. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif berdasarkan metodologi survei. Populasi penelitian terdiri dari penduduk Generasi Z di Medan. Sampel purposif sebanyak 400 responden digunakan untuk memperkirakan ukuran sampel dengan menggunakan metode Slovin. Setelah penyebaran kuesioner, data dianalisis menggunakan SmartPLS bersama dengan pendekatan PLS-SEM. Temuan studi memperlihatkan bahwasanya investor Generasi Z di Medan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan, persepsi risiko, dan media sosial. Setelah pengetahuan keuangan dan media sosial, persepsi risiko merupakan faktor terpenting yang memengaruhi pilihan investasi. Menurut penelitian ini, pilihan investasi Generasi Z dipengaruhi oleh literasi keuangan, keterampilan penilaian risiko, serta ketergantungan mereka pada media sosial untuk memperoleh informasi investasi. Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, meningkatkan literasi keuangan, memberikan edukasi mengenai risiko investasi, serta memastikan ketersediaan informasi investasi yang terpercaya di media sosial merupakan langkah-langkah penting untuk membantu Generasi Z mengambil keputusan investasi yang lebih cerdas.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Media Sosial, Keputusan Investasi, Generasi Z.

Abstract: The purpose of this research is to examine how millennials in Medan City use social media, their level of financial education, and their perceptions of risk affect their investing choices. The research was quantitative in nature and relied on a survey design. Using the Slovin algorithm and selective selection, 400 respondents were chosen from the population of Generation Z living in Medan City. Questionnaires were used to gather data, which was then analyzed using PLS-SEM using SmartPLS. Based on the findings, it seems that Gen Z investors in Medan City are positively and significantly influenced by financial literacy, risk perception, and social media. After financial knowledge and social media, the most important factor affecting investment choices was risk perception. Financial literacy, the capacity to evaluate investment risks, and the use of social media as a source of investment information are all factors that Generation Z considers when making investment choices, according to the research. The research suggests that in order to help Generation Z make better investment decisions, it is important to improve financial literacy, educate them about investing risks, and provide them with reputable investment information via social media.

Keywords: Financial Literacy, Risk Perception, Social Media, Investment Decision, Generation Z.

PENDAHULUAN

Transformasi di sektor keuangan semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital yang berlangsung secara cepat, terutama melalui hadirnya *financial technology* (fintech) dan berbagai platform investasi digital yang memberikan kemudahan akses terhadap instrumen investasi bagi masyarakat. Aktivitas investasi yang sebelumnya didominasi oleh investor profesional saat ini dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat, dan terjangkau oleh masyarakat dari berbagai lapisan sosial (Khasanah et al., 2025). Karena investasi membantu masyarakat mencapai tujuan keuangan mereka dan melindungi aset mereka dari inflasi, investasi juga dianggap sebagai instrumen penting dalam perencanaan keuangan jangka panjang (Lestari, Simanungkalit, & Sanjaya, 2024). Jumlah investor di Indonesia telah meningkat, sebagian karena faktor-faktor tersebut. Pada akhir tahun 2025, jumlah investor pasar modal telah mencapai sekitar 20,3 juta akun Nomor Identifikasi Investor (SID), dengan 54,24% dari total tersebut merupakan individu berusia di bawah 30 tahun (KSEI, 2025), menurut data dari KSEI. Mengingat perkembangan ini, dapat dikatakan bahwa Generasi Z kini termasuk di antara para investor yang mendorong ekspansi pasar modal di Indonesia. Generasi Z tumbuh besar bersama internet dan media sosial, sehingga mereka memiliki akses mudah ke berbagai pengetahuan tentang investasi. Sayangnya, tidak semua orang memiliki pengetahuan yang memadai untuk menilai dengan tepat aspek keuangan dan risiko investasi yang menyertai melimpahnya informasi yang tersedia ini. Selain itu, maraknya informasi investasi yang beredar di media sosial, termasuk rekomendasi dari finfluencer, berpotensi memengaruhi keputusan investasi tanpa didasarkan pada pertimbangan yang rasional. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwasanya kualitas keputusan investasi generasi Z masih menjadi isu penting yang perlu mendapat perhatian.

Kajian mengenai keputusan investasi generasi muda telah banyak dilakukan dengan menyoroti berbagai faktor yang memengaruhinya. Literasi keuangan merupakan karakteristik yang sering dikaitkan dengan kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan investasi yang bijak. S. et al. (2025) menemukan adanya dampak positif dan signifikan secara statistik dari literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi. Temuan ini selaras bersama temuan studi Melati & Rokhmania (2022), yang memperlihatkan bahwasanya keputusan investasi seseorang semakin baik seiring dengan meningkatnya tingkat literasi keuangannya. Literasi keuangan memungkinkan individu memahami karakteristik instrumen investasi, mengelola keuangan secara efektif, serta mempertimbangkan risiko dan imbal hasil secara lebih objektif sebelum mengambil keputusan investasi. Hasil ini selaras bersama temuan Sa'adah, Gangga, Janah, & Fadhilah (2025), yang memperlihatkan bahwasanya kemampuan seseorang

untuk memahami dan mengelola situasi keuangannya sendiri, serta risiko dan peluang yang terkait dengan berbagai instrumen investasi, merupakan komponen utama dalam kualitas pilihan investasinya.

Penelitian mengenai kebiasaan berinvestasi generasi milenial sering kali mempertimbangkan pengetahuan keuangan, persepsi risiko, dan media sosial. Persepsi risiko seseorang adalah perkiraannya terhadap kemungkinan kerugian atau ketidakpastian yang terkait dengan suatu investasi. Toleransi risiko generasi Z merupakan faktor utama dalam pilihan investasi mereka, menurut penelitian yang dilakukan oleh Milzam, Taruna, & Shofiyuddin (2024). Pentingnya risiko dalam pengambilan keputusan investasi disoroti oleh Sucipto (2022), yang berpendapat bahwa perbedaan persepsi risiko setiap orang membuat mereka bersikap hati-hati saat memilih instrumen investasi. Temuan tersebut memperlihatkan bahwasanya cara individu memandang dan menilai risiko dapat menentukan pilihan investasi yang diambil. Di sisi lain, perkembangan media sosial telah mengubah pola pencarian informasi investasi di kalangan generasi muda. Rohman & Safiih (2025) menemukan bahwa media sosial berpengaruh terhadap keputusan investasi karena menjadi salah satu sumber informasi utama bagi investor muda. Saputra, Pajri, & Mawarni (2025) menemukan bahwa paparan konsumen terhadap materi digital di platform media sosial dapat memengaruhi pandangan dan tindakan investasi mereka. Nuraini & Sari (2025) menguatkan temuan ini dengan menyatakan bahwa pengetahuan yang disajikan oleh finfluencer sering kali menjadi pertimbangan Generasi Z saat mengambil keputusan investasi. Penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwasanya pilihan investasi kaum muda dipengaruhi oleh perpaduan pertimbangan intelektual, emosional, dan sosial. Penelitian ini memberikan bukti lebih lanjut bahwa pilihan investasi yang dibuat oleh generasi milenial dan Generasi Z dibentuk oleh toleransi risiko pribadi, sumber daya keuangan, serta sifat jejaring sosial daring mereka yang terus berubah.

Studi sebelumnya memperlihatkan hasil yang bertentangan mengenai unsur mana yang memiliki dampak terbesar terhadap pilihan investasi, meskipun beberapa penelitian telah meneliti dampak media sosial, persepsi risiko, dan literasi keuangan. Berbagai penelitian telah memperlihatkan faktor-faktor berbeda yang memengaruhi keputusan investasi seseorang. Beberapa penelitian menemukan bahwa literasi keuangan adalah faktor terpenting, sementara yang lain menyimpulkan bahwa persepsi risiko atau media sosial memiliki dampak yang lebih besar. Terlepas dari temuan yang tidak konsisten tersebut, penelitian sebelumnya juga gagal memperhitungkan aspek sosial, psikologis, dan rasional secara memadai dalam kerangka kerja yang terpadu. Namun, sebagian besar penelitian hanya menggunakan satu atau dua faktor tersebut dalam modelnya, atau mengujinya secara terpisah. Akibatnya, kita masih belum

memiliki gambaran lengkap mengenai bagaimana ketiga elemen ini memengaruhi pilihan keuangan generasi milenial dan Generasi Z. Untuk memperdalam pemahaman kita tentang perilaku investasi Generasi Z, diperlukan penelitian yang dapat mengintegrasikan berbagai faktor penting ke dalam satu model penelitian, sebagaimana disarankan oleh Susanti, Widiyanti, Kristiyanti, & Yusron (2025) bahwa terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan investasi Generasi Z.

Kesenjangan penelitian ini penting untuk dikaji mengingat Generasi Z merupakan kelompok investor yang mendominasi pertumbuhan pasar modal Indonesia dan diproyeksikan akan memainkan peran yang semakin besar dalam perkembangan pasar keuangan di masa mendatang. Generasi ini memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi serta akses yang luas terhadap informasi keuangan melalui berbagai platform digital (Mulyono, Sawir, Surahman, Hendrawati, & Nurhidayati, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kontribusi ilmiah melalui pengintegrasian faktor rasional berupa literasi keuangan, faktor psikologis berupa persepsi risiko, dan faktor sosial berupa media sosial dalam satu model penelitian yang komprehensif untuk menjelaskan keputusan investasi Generasi Z. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh terhadap inkonsistensi temuan penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi.

Selain itu, penelitian ini dilakukan pada Generasi Z di Kota Medan yang hingga saat ini masih relatif terbatas dalam kajian perilaku investasi generasi muda. Sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi terbesar di luar Pulau Jawa, Kota Medan memiliki karakteristik sosial-ekonomi, tingkat penggunaan teknologi digital, serta aktivitas investasi yang berpotensi berbeda dibandingkan wilayah yang telah banyak diteliti sebelumnya. Perbedaan konteks wilayah tersebut memungkinkan munculnya variasi dalam hubungan antara literasi keuangan, persepsi risiko, media sosial, dan keputusan investasi.

Di samping itu, percepatan digitalisasi pada periode pascapandemi telah mengubah cara generasi muda memperoleh informasi dan mengambil keputusan investasi. Sebagai *digital native*, Generasi Z sangat dekat dengan media sosial, aplikasi investasi, dan berbagai sumber informasi digital yang dapat memengaruhi cara mereka menilai risiko serta menentukan pilihan investasi. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penelitian yang mempertimbangkan faktor rasional, psikologis, dan sosial secara simultan dalam menjelaskan keputusan investasi Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis "**Pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko dan media sosial terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kota Medan**".

TINJAUAN LITERATUR

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami konsep-konsep keuangan, mengelola sumber daya keuangan pribadi, serta mengambil keputusan yang tepat berdasarkan informasi keuangan yang dimiliki. Dalam perspektif Teori Keuangan Perilaku (*Behavioral Finance*), kualitas keputusan investasi dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memperoleh, memahami, dan mengolah informasi yang relevan. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengevaluasi berbagai alternatif investasi, memahami karakteristik instrumen investasi, serta mempertimbangkan risiko dan imbal hasil secara lebih objektif sebelum mengambil keputusan.

Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang, semakin besar kemampuannya dalam menghindari kesalahan pengambilan keputusan yang disebabkan oleh keterbatasan informasi atau bias perilaku. Dengan pemahaman keuangan yang memadai, investor dapat menyusun strategi investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan dan profil risikonya sehingga keputusan investasi yang diambil menjadi lebih rasional dan berkualitas.

Argumentasi teoritis tersebut didukung oleh penelitian S. et al. (2025), yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil serupa juga ditemukan oleh Melati & Rokhmania (2022), yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung mengambil keputusan investasi yang lebih baik dibandingkan individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah.

“**H₁**: Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kota Medan.”

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi

Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap tingkat ketidakpastian dan kemungkinan kerugian yang dapat terjadi dalam suatu investasi. Menurut Teori Keuangan Perilaku, keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh informasi yang tersedia, tetapi juga oleh cara individu menafsirkan dan mengevaluasi risiko yang dihadapi. Persepsi terhadap risiko menjadi dasar bagi investor dalam menentukan apakah suatu instrumen investasi dianggap layak atau tidak untuk dipilih. Investor yang memiliki persepsi risiko yang baik akan lebih mampu memperkirakan konsekuensi dari keputusan investasi yang diambil dan menyesuaikannya dengan tingkat toleransi risiko yang dimiliki. Sebaliknya, persepsi risiko yang kurang tepat dapat menyebabkan investor mengambil keputusan yang terlalu berisiko atau bahkan menghindari

peluang investasi yang sebenarnya menguntungkan. Oleh karena itu, persepsi risiko berperan penting dalam membentuk kualitas keputusan investasi seseorang.

Argumentasi tersebut didukung oleh penelitian Milzam et al. (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Bidari & Sinarwati (2023) yang menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi karena membantu investor dalam mempertimbangkan potensi keuntungan dan kerugian dari suatu instrumen investasi.

“H₂: Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kota Medan.”

Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi

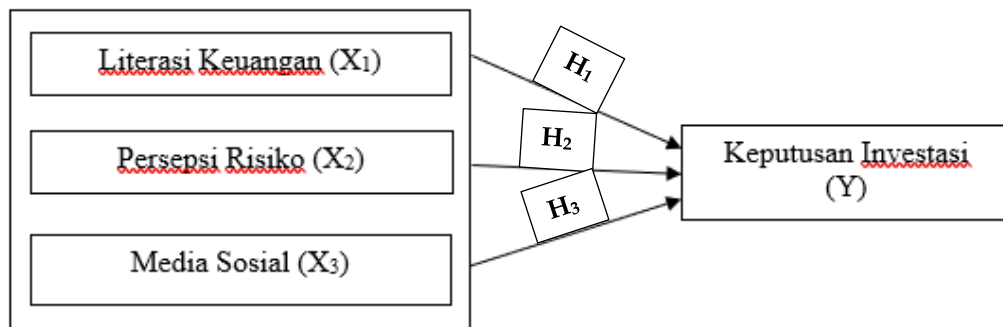
Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu memperoleh, menyebarkan, dan bertukar informasi secara cepat dan luas. Dalam perspektif Teori Keuangan Perilaku, lingkungan sosial dan informasi yang diterima individu dapat memengaruhi cara berpikir, persepsi, serta keputusan yang diambil, termasuk dalam aktivitas investasi. Bagi Generasi Z yang tumbuh sebagai digital native, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi mengenai produk investasi, kondisi pasar, maupun rekomendasi investasi dari berbagai pihak.

Semakin tinggi intensitas pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi investasi, semakin besar kemungkinan informasi yang diterima memengaruhi pengetahuan, persepsi, dan keyakinan investor dalam mengambil keputusan investasi. Informasi yang diperoleh melalui media sosial dapat membantu investor memahami peluang investasi, membandingkan alternatif investasi, serta meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu, media sosial diperkirakan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi Generasi Z.

Argumentasi tersebut didukung oleh penelitian Rohman & Safiih (2025) yang menemukan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan investasi karena menjadi sumber informasi utama bagi investor muda. Temuan ini sejalan dengan penelitian Saputra et al. (2025) yang menunjukkan bahwa paparan informasi investasi melalui media sosial dapat memengaruhi pandangan dan perilaku investasi seseorang. Selain itu, Nuraini & Sari (2025) menemukan bahwa informasi yang disampaikan oleh finfluencer sering menjadi salah satu pertimbangan Generasi Z dalam mengambil keputusan investasi.

“H₃: Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kota Medan.”

Kerangka Berpikir Penelitian



Gambar 1
Kerangka Berpikir

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti berdasarkan S. et al. (2025), Melati and Rokhmania (2022), Milzam et al. (2024), Bidari and Sinarwati (2023), Rohman and Safiih (2025), Saputra et al. (2025), serta Nuraini and Sari (2025), 2026.

METODE

Dengan menggunakan metode kuantitatif yang didasarkan pada penelitian eksplanatori, penelitian ini mengkaji bagaimana media sosial, literasi keuangan, dan persepsi risiko memengaruhi pilihan investasi yang diambil oleh Generasi Z di Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena tujuan utamanya adalah mengumpulkan informasi empiris mengenai dampak variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganalisis hubungan di antara variabel-variabel tersebut melalui analisis statistik. Kota Medan, di Provinsi Sumatera Utara, dipilih sebagai lokasi penelitian karena statusnya sebagai kota metropolitan, tingkat aktivitas ekonomi yang tinggi, serta populasi yang besar dan didominasi kaum muda.

Sumber informasi primer dan sekunder digunakan didalam studi ini. Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data primer dari peserta, sementara sumber informasi sekunder diperoleh dengan menelusuri buku, jurnal, dan dokumen pemerintah yang relevan dengan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian lapangan dan penelitian pustaka. Sementara studi pustaka memberikan landasan teoretis dan bahan pelengkap bagi penelitian ini, penelitian lapangan mencakup penyebaran kuesioner kepada mereka yang memenuhi syarat untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Anggota Generasi Z yang tinggal di Medan menjadi populasi sampel untuk penelitian ini. Jumlah populasi dihitung berdasarkan data kelompok usia 15–29 tahun, yang berjumlah 572.714 orang, sebagaimana dilaporkan oleh BPS Kota Medan (2024). Karena statistik demografi resmi diterbitkan

dalam rentang usia tertentu, kelompok usia ini digunakan untuk mewakili Generasi Z. Dengan menggunakan metode Slovin dan margin of error sebesar 5%, penulis memperkirakan bahwa 400 responden akan menjadi sampel.

Strategi seleksi yang digunakan adalah purposive sampling. Metode ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya dan selaras bersama tujuan penelitian. Peserta harus merupakan anggota Generasi Z, penduduk lokal Medan, tertarik atau memiliki pengetahuan tentang investasi, serta saat ini terlibat dalam investasi atau pernah melakukannya di masa lalu. Karena tidak setiap orang dalam populasi memiliki karakteristik yang penting bagi penelitian ini, metode ini dipilih.

Indikator untuk setiap variabel penelitian menjadi dasar pengembangan kuesioner yang berfungsi sebagai instrumen penelitian. Pengetahuan keuangan dasar, pemahaman investasi, kemampuan pengelolaan keuangan, dan perencanaan keuangan merupakan indikator yang digunakan untuk menilai literasi keuangan. Variabel persepsi risiko diukur menggunakan indikator keberanian mengambil risiko, pemahaman terhadap risiko investasi, sikap terhadap ketidakpastian, dan toleransi terhadap kerugian. Variabel media sosial diukur menggunakan indikator intensitas penggunaan media sosial, akses informasi investasi, pengaruh influencer atau finfluencer, serta kepercayaan terhadap informasi investasi. Pemilihan instrumen investasi, pertimbangan pra-investasi, kesediaan untuk mengambil keputusan, dan konsistensi dalam berinvestasi digunakan sebagai indikator faktor-faktor keputusan investasi. Skala Likert lima poin digunakan untuk menilai semua variabel, dengan angka 1 berarti "sangat tidak setuju" dan angka 5 berarti "sangat setuju."

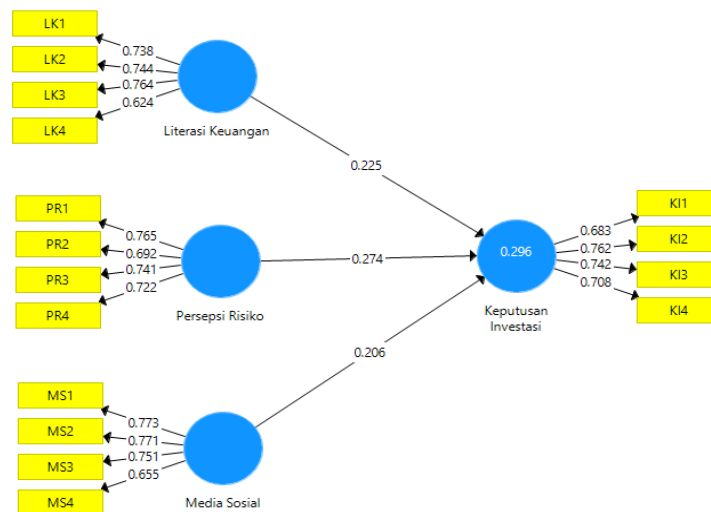
Data dianalisis menggunakan SEM-PLS, yang merupakan singkatan dari *Structural Equation Modeling* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan distribusi jawaban dan responden secara keseluruhan. Untuk lebih memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit dilakukan pada model pengukuran (model luar). Selanjutnya, model struktural (model dalam) dievaluasi menggunakan uji seperti *bootstrapping*, koefisien jalur, dan nilai *R-Square* (R^2). Salah satu cara untuk mengetahui seberapa baik satu set variabel dapat menjelaskan set variabel lainnya adalah dengan melihat nilai *R-Square*-nya; cara lainnya adalah dengan melihat koefisien jalur untuk mengetahui seberapa kuat dan ke arah mana dua set variabel saling memengaruhi. Untuk menentukan signifikansi korelasi antar variabel, uji *bootstrapping* dilakukan dengan menggunakan statistik T dan nilai P. Jika nilai statistik T melebihi 1,96 atau nilai P lebih kecil dari 0,05, hipotesis penelitian dianggap valid (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis SEM-PLS

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)



Gambar 2
Hasil Uji Outer Model

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS, 2026

Convergent Validity

Setiap indikator memperlihatkan nilai faktor beban lebih dari 0,60, berdasarkan temuan uji beban eksternal. Selama validitas konstruk secara keseluruhan terpenuhi, indikator dengan nilai faktor beban antara 0,60 dan 0,70 masih dapat diterima, sedangkan nilai optimal adalah di atas 0,70 (Hair et al., 2021). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan didalam studi ini valid untuk menilai konstruk yang diteliti. Literasi Keuangan (AVE=0,518), Persepsi Risiko (AVE=0,533), Media Sosial (AVE=0,546), dan Keputusan Investasi (AVE=0,525) merupakan satu-satunya faktor dengan nilai AVE lebih dari 0,50. Agar suatu konstruk dapat dianggap valid secara konvergen, Hair et al. (2021) menyatakan bahwa nilai AVE yang melebihi 0,50 menandakan bahwa konstruk tersebut dapat menjelaskan lebih dari setengah variasi pada indikator-indikatornya.

Discriminant Validity

Nilai AVE akar rata-rata kuadrat (*root-mean-square*) setiap konstruk melebihi pada korelasi antara konstruk-konstruk lainnya, berdasarkan temuan uji validitas diskriminan yang menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*. Hal ini memperlihatkan bahwasanya setiap konstruk dalam model penelitian bersifat independen, sebagaimana dinyatakan oleh Hair et al. (2021). Dengan demikian, validitas diskriminan terpenuhi oleh semua variabel didalam studi ini.

Composite Reliability

Temuan studi memperlihatkan bahwasanya nilai reliabilitas komposit untuk literasi keuangan, persepsi risiko, media sosial, dan keputusan investasi masing-masing sebesar 0,810, 0,820, 0,827, dan 0,815. Menurut Hair et al. (2021), jika skor reliabilitas komposit lebih dari 0,70, hal itu berarti konstruk tersebut memiliki konsistensi internal yang cukup baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk didalam studi ini dapat diandalkan.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1
Hasil Pengujian R-Square

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Keputusan Investasi	0,296	0,291

Sumber: Output SmartPLS, 2026

Dengan nilai R^2 sebesar 0,296, dapat dilihat bahwa faktor-faktor lain di luar model penelitian penulis menjelaskan 70,4% varians dalam keputusan investasi; namun, literasi keuangan, persepsi risiko, dan media sosial masing-masing menjelaskan 29,6%. Nilai ini dianggap “lemah” menurut standar yang ditetapkan oleh Hair et al. (2021). Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan investasi Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut, tetapi juga kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang belum dimasukkan dalam model, seperti tingkat pendapatan, pengalaman investasi, motivasi investasi, *financial self-efficacy*, pengaruh keluarga, maupun faktor psikologis investor. Oleh karena itu, keputusan investasi Generasi Z dapat dikategorikan sebagai perilaku yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai aspek di luar variabel yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

Tabel 2
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	Koefisien Jalur	T-Statistic	P-Values	Keterangan
H1	Literasi keuangan → keputusan Investasi	0,225	4,435	0,000	Diterima
H2	Persepsi Risiko → keputusan Investasi	0,274	5,759	0,000	Diterima
H3	Media Sosial → keputusan Investasi	0,206	4,236	0,000	Diterima

Sumber: Output SmartPLS, 2026

Karena tidak ada hipotesis yang memiliki nilai p kurang dari 0,05 dan tidak ada statistik T yang melebihi 1,96, hasil pengujian tersebut mendukung masing-masing hipotesis (Hair et al., 2021).

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Pilihan investasi Generasi Z di Kota Medan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang, semakin baik pula keputusan investasi yang diambil. Individu yang memiliki pemahaman yang baik mengenai konsep keuangan, pengelolaan keuangan pribadi, risiko investasi, dan potensi imbal hasil cenderung lebih mampu mengevaluasi berbagai alternatif investasi secara rasional sehingga dapat mengambil keputusan investasi yang lebih tepat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian S. et al. (2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Temuan ini juga didukung oleh Melati & Rokhmania (2022) yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung mengambil keputusan investasi yang lebih baik dibandingkan individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah.

Temuan penelitian ini memperkuat *Behavioral Finance Theory* yang menjelaskan bahwa kemampuan individu dalam memperoleh, memahami, dan mengolah informasi keuangan memengaruhi kualitas keputusan investasi yang diambil. Selain mendukung teori tersebut, penelitian ini juga memberikan kontribusi empiris dengan menunjukkan bahwa literasi keuangan tetap menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z di Kota Medan yang hidup dalam lingkungan digital dengan akses informasi yang sangat luas. Dengan demikian, penelitian ini memperluas penerapan *Behavioral Finance Theory* pada konteks investor muda generasi digital yang masih relatif terbatas diteliti dalam penelitian sebelumnya.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kota Medan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kemampuan individu dalam menilai dan memahami risiko investasi, semakin baik pula keputusan investasi yang diambil. Investor yang mampu memperkirakan tingkat risiko suatu investasi akan lebih mudah menyesuaikan pilihan investasinya dengan tingkat toleransi risiko yang dimiliki sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih rasional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Milzam et al. (2024) yang menyatakan bahwa persepsi risiko merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Temuan ini juga didukung oleh Bidari & Sinarwati (2023) yang menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi karena membantu investor mempertimbangkan potensi keuntungan dan kerugian sebelum mengambil keputusan.

Temuan penelitian ini mendukung *Behavioral Finance Theory* yang menjelaskan bahwa keputusan investasi dipengaruhi oleh cara individu mempersepsikan dan mengevaluasi risiko yang dihadapi. Selain memperkuat teori tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dengan menunjukkan bahwa persepsi risiko tetap memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z di Kota Medan meskipun kelompok ini memiliki akses informasi investasi yang sangat mudah melalui berbagai platform digital. Hasil ini memperluas bukti empiris mengenai relevansi *Behavioral Finance Theory* pada investor muda yang tumbuh dalam lingkungan digital dan menghadapi berbagai sumber informasi investasi yang beragam.

Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kota

Medan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi investasi, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan investasi yang diambil. Media sosial memberikan kemudahan bagi investor untuk memperoleh informasi mengenai peluang investasi, perkembangan pasar, serta berbagai referensi investasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rohman & Safiih (2025) yang menemukan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan investasi karena menjadi salah satu sumber informasi utama bagi investor muda. Temuan ini juga didukung oleh Saputra et al. (2025) yang menunjukkan bahwa paparan informasi investasi melalui media sosial dapat memengaruhi pandangan dan perilaku investasi seseorang. Selain itu, Nuraini & Sari (2025) menemukan bahwa informasi yang disampaikan oleh *finfluencer* sering menjadi salah satu pertimbangan Generasi Z dalam mengambil keputusan investasi.

Temuan penelitian ini mendukung *Behavioral Finance Theory* yang menjelaskan bahwa faktor sosial dan informasi yang diterima individu dapat memengaruhi perilaku serta keputusan investasi yang diambil. Selain memperkuat teori tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dengan menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi Generasi Z sebagai kelompok *digital native*. Hasil ini memperluas penerapan *Behavioral Finance Theory* dengan menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial dalam era digital tidak hanya berasal dari interaksi langsung, tetapi juga melalui paparan informasi yang diperoleh melalui media sosial dan *finfluencer* dalam ekosistem digital modern.

SIMPULAN

Sasaran studi ini adalah untuk mengkaji bagaimana media sosial, literasi keuangan, dan persepsi risiko memengaruhi pilihan investasi yang diambil oleh Generasi Z di Medan. Sejumlah kesimpulan dapat ditarik dari temuan studi SEM-PLS. Di Medan, pilihan investasi Generasi Z dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan. Berdasarkan temuan ini, tampaknya pilihan investasi seseorang akan lebih baik jika ia memiliki pemahaman yang kuat mengenai prinsip-prinsip keuangan, manajemen, dan investasi secara umum.

Pilihan investasi yang diambil oleh Generasi Z di Medan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi risiko mereka. Jika dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya, faktor ini memiliki dampak terbesar. Kesimpulan ini menekankan pentingnya memahami sepenuhnya

dan mempertimbangkan risiko investasi saat mengambil keputusan investasi.

Dalam tingkat yang besar dan positif, pilihan investasi Generasi Z di Medan dipengaruhi oleh media sosial. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya akses Generasi Z ke media sosial, dengan kekayaan informasi terkait investasi, materi pembelajaran, dan postingan seputar investasi, dapat memengaruhi pilihan investasi mereka. Pilihan investasi yang dibuat oleh Generasi Z di Medan dapat dijelaskan oleh kombinasi antara pengetahuan keuangan, persepsi risiko, dan media sosial. Hasil ini mendukung teori Keuangan Perilaku, yang menyatakan bahwa pilihan investor dipengaruhi oleh kombinasi pertimbangan intelektual, emosional, dan sosial. Temuan studi ini memperlihatkan bahwasanya persepsi risiko merupakan faktor terpenting yang memengaruhi pilihan investasi Generasi Z di Medan.

SARAN

Dari temuan studi ini, dapat ditarik saran sebagai berikut.

- 1) Jika Generasi Z di Medan ingin membuat pilihan investasi yang lebih baik, mereka sebaiknya terus belajar tentang keuangan dari sumber-sumber terpercaya agar dapat mengambil keputusan yang lebih matang. Selain itu, sebelum mendasarkan pilihan investasi pada informasi yang diperoleh dari media sosial, disarankan untuk memverifikasi informasi tersebut melalui sumber resmi.
- 2) Disarankan agar penyedia platform investasi digital dan lembaga keuangan meningkatkan program pendidikan investasi dan keuangan mereka agar Generasi Z dapat memahaminya. Mereka juga harus transparan mengenai risiko dan fitur produk investasi yang mereka tawarkan.
- 3) Dengan harapan dapat meningkatkan pemahaman awal mahasiswa tentang pengelolaan keuangan dan investasi, Sekolah Tinggi Manajemen Sukma dapat memanfaatkan temuan penelitian ini sebagai acuan dalam merancang kegiatan akademik dan program pendidikan yang berkaitan dengan literasi keuangan dan investasi.
- 4) Perilaku keuangan, pendapatan, pengalaman berinvestasi, rasa percaya diri yang berlebihan, kecenderungan mengikuti arus, dan aspek psikologis lainnya merupakan variabel tambahan yang dapat dipertimbangkan dalam penelitian selanjutnya sebagai faktor yang memengaruhi pilihan investasi. Untuk memperoleh data yang lebih komprehensif yang dapat diterapkan pada situasi yang lebih luas, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan geografis studi ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada dosen pembimbing, Ibu Mulyani, yang telah memberikan bantuan yang tak ternilai bagi penulis berupa masukan, saran, dan bimbingan secara keseluruhan selama penulis merencanakan dan melaksanakan penelitian ini. Atas bantuan akademis yang sangat penting bagi keberhasilan penelitian ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Manajemen Sukma. Selain itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh anggota Generasi Z di Medan yang berkenan mengisi kuesioner penelitian, sehingga memungkinkan pengumpulan dan analisis data yang diperlukan agar penelitian ini dapat mencapai tujuannya.

REFERENSI

- Bidari, P. I., & Sinarwati, N. K. (2023). Peran *financial literacy* dan *herding* dalam keputusan investasi generasi z. *Manajemen: Jurnal ekonomi USI*, 5(2), 146–152.
- BPS kota Medan. (2024). *Jumlah penduduk kota Medan menurut kelompok umur dan jenis kelamin (jawa)*, 2024. Retrieved from <https://medankota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTAyZlI=/jumlah-penduduk-kota-medan-menurut-kelompok-umur->
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Rungle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, California: Sage publications.
- Khasanah, A. N., Aziza, Saputra, R., Santoso, A. P., Anggraini, A. D., & Sari, S. A. P. (2025). Peran Digitalisasi Dalam Transaksi Platform Investasi Pada Pasar Modal Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2, 124–135.
- KSEI. (2025). *Statistik pasar modal Indonesia*. Retrieved from <https://share.google/W5x273nVb0M6YJcLe>
- Lestari, A. I., Simanungkalit, N. A., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh *financial technology* terhadap manajemen keuangan generasi z. (4), 82–89.
- Melati, E., & Rokhmania, N. (2022). Literasi keuangan, perilaku keuangan dan kemajuan teknologi terhadap keputusan berinvestasi generasi z. *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 18(1), 151–163.
- Milzam, M., Taruna, M. S., & Shofiyuddin, M. (2024). Analisis keputusan investasi gen z melalui literasi keuangan dan *risk tolerance*. *Journal Geoekonomi*, 15, 14–25. <https://doi.org/doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i.362>
- Mulyono, S., Sawir, M., Surahman, B., Hendrawati, E., & Nurhidayati. (2023). Peningkatan Keputusan Berinvestasi Melalui Literasi Keuangan Pada Generasi Z Sebagai Upaya Persiapan Resesi 2023. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(02), 1–5. Retrieved from <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>
- Nuraini, R. I., & Sari, S. P. (2025). Keputusan investasi generasi z di soloraya: menelisik peran literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan *finfluencer*. *Edunomika*, 09(04), 1–12.

- Rohman, A., & Safiih, A. R. (2025). Pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi saham di kalangan generasi z. *Prosiding seminar nasional manajemen*, 4(1), 366–373. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index> ISSN:
- S., S. H. A., Syam, A. Z. M., & Damasinta, A. (2025). Analisis pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi mahasiswa pendidikan ekonomi. *Jurnal penelitian multidisiplin bangsa*, 2(6), 1063–1071. Retrieved from <https://ejournal.amirulbangunbangsapublish.com/index.php/jpmb/index>
- Sa'adah, L., Gangga, F., Janah, T. M., & Fadhillah, B. A. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan generasi z dalam berinvestasi (Studi pada mahasiswa Universitas Kh . A Wahab Hasbullah). *Jurnal riset manajemen*, 3, 01-11. <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jurma.v3i1.2901>
- Saputra, J., Pajri, R., & Mawarni, R. A. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku investasi investor ritel di Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Finance (JoIEaF)*, 2(2), 284–296.
- Sucipto, B. (2022). Determinan keputusan investasi saham syariah pada investor milenial di jombang: peran kemudahan akses informasi digital dan persepsi risiko dengan pendekatan *structural equation modeling - partial least square* (SEM-PLS). *Jurnal riset manajemen dan bisnis dewantara*, 5(1), 47–60. Retrieved from <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD>
- Susanti, F. E., Widiyanti, N., Kristiyanti, I., & Yusron, H. (2025). Pengaruh literasi keuangan , pengetahuan keuangan dan perilaku keuangan terhadap keputusan investasi pada generasi z di Yogyakarta. *Jurnal minfo polgan*, 14, 3181–3189. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15693>