

## Analisis Pengaruh Sosial Media, *Risk Perception* dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal Pada Kalangan Milenial

Alfiah Hana<sup>1)</sup>, Ambardi<sup>2)</sup>, Irma Novida<sup>3)</sup>

Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

Email : [alfyh.hana89@gmail.com](mailto:alfyh.hana89@gmail.com)<sup>1</sup>, [ambarjun@yahoo.com](mailto:ambarjun@yahoo.com)<sup>2</sup>, [irmanovida3@gmail.com](mailto:irmanovida3@gmail.com)<sup>3</sup>

### ABSTRACT

This research aims to assess the influence of social media characteristics, risk perception, and financial literacy on investment decisions in the capital market among millennials in Tangerang. This research uses quantitative methods. The data collection approach uses a questionnaire survey instrument. Participants in this research are individuals who carry out transactions in the capital market, sometimes referred to as respondents or consumers. A total of 106 respondents were involved in this research, selected using a simple random sampling technique. The analytical methods used include Descriptive Analysis and Partial Least Square (PLS) Analysis. Research findings show that social media, Risk perception, and financial literacy have a big influence on investment decisions of the millennial generation in the Tangerang capital market.

### ABSTRAK

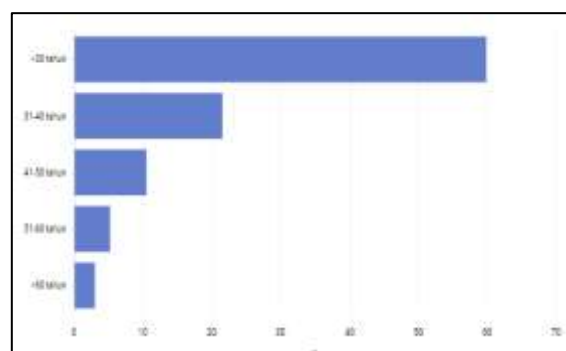
Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh karakteristik social media, risk perception, dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi di pasar modal pada kalangan milenial di Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan pengumpulan data menggunakan instrumen survei kuesioner. Partisipan dalam penelitian ini adalah individu yang melakukan transaksi di pasar modal, disebut sebagai responden atau konsumen. Sebanyak 106 responden dilibatkan dalam penelitian ini, dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Metode analisis yang digunakan meliputi Analisis Deskriptif dan Analisis Partial Least Square (PLS). Temuan penelitian menunjukkan bahwa Sosial Media, Risk perception, dan Literasi keuangan memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan investasi generasi milenial di pasar modal.

**Kata kunci:** Sosial media, risk perception, literasi keuangan, Keputusan Investasi

### 1. PENDAHULUAN

Potensi keuntungan yang menguntungkan dari pasar modal mendorong peningkatan aktivitas investasi di Indonesia. Investasi merupakan pembelian sejumlah dana atau sumber daya lainnya, dengan mengharapkan adanya return atau keuntungan di masa depan (Tandelilin, 2022). Bersumber dari laporan yang diterbitkan Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), di Indonesia nilai investor pasarmodal mencapai 11,58 juta Single Investor Identification (SID) hingga Agustus 2023 (Annur, 2022). Aadaanya tingkatan investor saham sejumlah 21,38% dibandingkan tahun lalu. Pada tahun 2023, mayoritas investor termasuk dalam generasi milenial yang berusia di bawah 30 tahun, yaitu sebesar 57,04% dari total investor. Selain itu, ada pengelompokan demografi investor berdasarkan usia. Rincian persentase investor berdasarkan kelompok umur adalah sebagai berikut: investor berusia 31-40 tahun berjumlah 23,27%, investor berusia 41-50 tahun berjumlah 11,36%, investor berusia 51-60 tahun berjumlah 5,44%, dan investor

berusia di atas 60 tahun menyumbang 2,88% (Annur, 2023).



Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2023

**Gambar 1. Presentase Investor Pasar Modal Berdasarkan Usia Kelompok**

Jumlah investor yang meningkat setiap tahun menunjukkan bahwa semakin banyak orang Indonesia yang mulai terlibat dalam investasi atau mempertimbangkan untuk praktik investasi ke dalam

hidupnya. Mayoritas investasi dimiliki oleh generasi milenial karena kepekaan mereka terhadap teknologi. Dengan kemajuan pesat dalam teknologi saat ini, banyak orang dapat mengakses dan mendapatkan informasi tentang tren investasi dan inovasi terbaru. Saat ini semua kalangan generasi dapat mengakses informasi dengan mudah, generasi milenial biasanya mengakses informasi mengenai investasi melalui sosial media untuk membantu mengambil keputusan praktik investasi di masa depan.

Fenomena pengaruh yang masuk ke berbagai sektor, termasuk investasi saham, disebabkan oleh kemudahan akses ke informasi di Sosialmedia. Beberapa di antara mereka adalah figur public, mencari cara untuk mengambil perhatian publik dan mendorong pendapat publik agar tertarik dengan yang mereka promosikan. Namun tidak semua influencer dapat menyampaikan informasi mengenai saham dengan jujur. Banyak influencer yang cuma-cuma memberi info mengenai keuntungan tetapi tidak menjelaskan peluang kerugiannya. Terkadang, followers mereka di sosial media menerima informasi tersebut secara mentah-mentah. Kemudian, para followers berminat mencoba ke pasar modal tanpa memiliki modal yang cukup, menjadi sangat mungkin mereka akan mengalami kerugian.

Hasil penelitian (Ainia & Lutfi, 2019) menunjukkan bahwa 70% responden meyakini social media berdampak terhadap keputusan investasi generasi milenial di pasar modal. Berdasarkan *Katadata Insight Center (KIC)*, menyatakan bahwa sejumlah 73,5% investor menjadikan sosial media sebagai referensi saat berinvestasi. Komisaris Pandu Sjahrir memberikan penjelasan pada *Indonesia Knowledge Forum (IKF) IX 2021* mengenai faktor-faktor yang menyebabkan dominannya generasi milenial sebagai investor saat ini. Pertama, generasi milenial mengalami perkembangan minat penjunjung hidup, mereka sebelumnya cenderung konsumtif, tetapi sekarang lebih gemar mengembangkan dananya untuk perkembangan masa depan. Serta, adanya perusahaan *fintech* yang memperjual belikan jenis investasi seperti contohnya *Bibit, Ajaib, Stockbit*, ini dapat menarik minat generasi milenial agar berinvestasi. Selain itu, generasi milenial dapat dengan mudah mendapatkan pengetahuan mengenai pasar modal. Adanya investor internasional masuk ke Indonesia, membawa perusahaan dalam negeri ke bursa (CNN Indonesia, 2021). Hasil ini menunjukkan bahwa terjadinya pertumbuhan social media yang tinggi, menjadikan generasi milenial memiliki akses informasi tentang investasi melalui jangkauan social media mereka.

Mereka sebenarnya hanya ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi mereka tidak menyadari bahwa investasi

memiliki risiko kerugian. Untuk melihat adanya risiko terhadap investasi dapat kita kenal dengan *risk perception*. *Risk perception* (Alquraan et al., 2016) mengakibatkan investor membuat keputusan bebas tentang jenis risiko dan tingkatnya. Temuan penelitian Pradikasari dan Isbanah (2018) menunjukkan bahwa *risk perception* tidak memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan berinvestasi. (Aren & Zengin, 2016) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Bertentangan dengan klaim sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Alquraan et al. (2016) mengungkapkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Dari semua studi menggambarkan bahwa adanya perbedaan yang masih ada tentang bagaimana *risk perception* memengaruhi keputusan investasi, terutama bagi generasi milenial.

Literasi keuangan juga merupakan komponen yang kurang diperhatikan oleh generasi milenial saat membuat keputusan investasi. Temuan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 menunjukkan bahwa presentasi literasi keuangan baru mencapai 49,68%. (OJK, 2022). Literasi keuangan adalah komponen yang dapat menentukan keputusan investasi yang baik atau buruk. Seseorang akan memperoleh imbal hasil sesuai perhitungannya secara akurat apabila mempunyai pengetahuan keuangan yang baik. Penelitian sebelumnya yang meneliti literasi keuangan yaitu (Aren & Zengin, 2016; Fachrudin & Fachrudin, 2016), telah menjelaskan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh yang baik terhadap keputusan berinvestasi. Berbeda dengan temuan penelitian sebelumnya (Arianti, 2018; Budiarto & Susanti, 2017; Pradhana, 2018), ternyata pengetahuan finansial berdampak buruk terhadap keputusan berinvestasi.

Investor melakukan keputusan investasi ketika mereka memilih investasi tertentu dengan memikirkan kerugian dan keuntungan atau return di investasinya (Tandelilin, 2022). Return ekspektasi memiliki hubungan positif dengan risiko karena risiko terkait dengan return yang diharapkan (Jogiyanto, 2014). Investor harus bersedia menanggung risiko yang lebih besar jika mereka merencanakan return yang tinggi, dan sebaliknya, jika merencanakan return yang rendah, mereka harus bersedia menanggung risiko yang lebih rendah (Arista & Astohar, 2012). Faktor-faktor seperti pendapat, ilmu sosial, keturunan, dan lain-lain dapat memengaruhi bagaimana investor membuat keputusan investasi. Namun, penelitian ini akan lebih memfokuskan pada sosial media, risk perception, dan literasi keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Khatik dkk. (2021) menemukan bahwa sosial media berdampak pada pengambilan keputusan investasi. Namun penelitian yang dilakukan oleh Chaitanya & Nordin

(2021) menghasilkan kesimpulan sebaliknya yang menyatakan bahwa sosial media tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Iramani pada tahun 2014, variabel persepsi risiko mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap pilihan investasi. Bertentangan dengan hal tersebut, berbagai temuan penelitian (Mutia, 2023) menunjukkan bahwa hasil persepsi risiko memberikan dampak buruk yang signifikan terhadap pilihan investasi. (Khatik et al., 2021) melakukan studi tentang literasi keuangan dan menemukan bahwa literasi keuangan mempunyai dampak menguntungkan terhadap hasil keputusan investasi. Bertentangan dengan temuan Budiman dkk. (2021), literasi keuangan tidak memberikan dampak menguntungkan terhadap keputusan investasi. Serta variabel terakhir berupa return penelitian yang dilakukan oleh (Izzah, 2022) dan (Siti, 2021) memaparkan jika return berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi. Penelitian dari (Widati, 2022) menyatakan hasil yang berbeda bahwa return tidak berpengaruh terhadap faktor pengambilan keputusan investasi.

Berdasarkan teori ini, penelitian ini harus menguji bagaimana media sosial, persepsi risiko, dan literasi keuangan mempengaruhi keputusan investasi. Studi ini mengkaji bagaimana ketiga elemen tersebut dapat mempengaruhi investasi pasar keuangan milenial. Laporan ini sangat penting bagi generasi milenial untuk membuat pilihan investasi cerdas yang akan menguntungkan mereka di masa depan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Sosial Media

Sebagaimana dinyatakan oleh Kotler dan Keller (2016), sosial media berfungsi sebagai platform bagi pengguna untuk bertukar konten tertulis satu sama lain, foto, suara, dan video. Sedangkan sosial media adalah jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan orang membuat profil yang dapat diakses publik dan menghubungkan mereka dengan orang lain dalam sistem (Henderi et al., 2007).

Sosial media seperti YouTube, Twitter, Facebook ataupun Tiktok menjadi platform yang digunakan untuk berbagi ide serta opini seseorang. Investor sering kali mengandalkan opini investasi yang dibagikan di platform sosial media untuk memandu keputusan perdagangan saham mereka, karena opini tersebut memiliki dampak signifikan terhadap sentimen pasar dan menawarkan rekomendasi untuk menjual, menahan, atau membeli saham (Bukovina, 2016). Biasanya generasi milenial memanfaatkan sosial media sebagai sarana untuk mengekspresikan individualitasnya. Selain itu, generasi milenial memanfaatkan sosial media sebagai wadah untuk memperoleh pengetahuan spesifik yang mereka inginkan. Adapun hubungannya dengan penelitian

ini, sosial media berperan sebagai salah satu faktor yang mendorong meningkatnya investor individu generasi milenial.

### 2.2 Risk Perception

*Risk perception* merupakan suatu pertimbangan yang didasarkan pada sifat psikologis seseorang, selain kesejahteraan fisik, status kesehatan individu juga menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan ketika menghadapi situasi yang berpotensi menimbulkan bahaya (Pradikasari & Isbanah, 2018). Persepsi terhadap bahaya mempengaruhi tingkat kesadaran individu terhadap suatu hal. Persepsi risiko juga dapat membantu orang mempersiapkan diri pada situasi di mana ada kondisi yang tidak pasti yang disebabkan oleh pengetahuan yang tidak tepat tentang potensi kerugian atau keuntungan. *Risk perception* secara signifikan mempengaruhi perilaku manusia ketika mengambil keputusan dalam situasi yang bercirikan ketidakpastian.

### 2.3 Literasi Keuangan

Literasi keuangan sangat penting untuk dipelajari setiap individu, terutama oleh generasi milenial yang berada pada usia produktif, keuangan adalah bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan tidak dapat dihindari. Menurut Huston (2010) dalam penelitian Widyawati (2012) mengatakan literasi keuangan mengacu pada kepemilikan individu atas serangkaian keterampilan dan bakat tertentu yang memungkinkan mereka menggunakan berbagai sumber data secara efektif untuk mencapai tujuan mereka. Literasi keuangan mengacu pada pemahaman, keterampilan, dan sikap yang mungkin berdampak pada efektivitas pengambilan keputusan keuangan untuk mencapai tujuan sosial atau ekonomi (OJK, 2023). Perencanaan keuangan yang efektif sangat penting untuk mengatasi ketidakpastian perekonomian dan memitigasi potensi tantangan keuangan.

BEI dan OJK menandai bahwa tahun 2020 merupakan tahun kebangkitan jumlah investor ritel di Indonesia karena meningkatnya jumlah investor yang digandrungi oleh generasi milenial. Oleh karena itu, generasi ini diharapkan memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan sehingga mereka tidak terjerumus pada penawaran investasi yang mengiming-imingi keuntungan atau bunga yang besar. Jika seseorang telah mengetahui dan memahami tentang literasi keuangan, maka mereka tidak akan mudah tertipu. Investor harus menyadari bahwa investasi juga melibatkan risiko, sehingga investor harus berhati-hati dan bijak saat membuat keputusan dalam dunia pasar modal.

### 2.4 Keputusan Investasi

Menurut Rivai & Mulyadi (2013), pengambilan keputusan adalah proses menentukan cara terbaik untuk menyelesaikan masalah dari berbagai pilihan yang tersedia. Perencanaan, penetapan prioritas dan tujuan, pendanaan, dan penerapan standar untuk menentukan aset jangka panjang adalah semua

bagian dari pengambilan keputusan investasi, khususnya keputusan investasi modal (Hansen & Mowen, 2005). Sedangkan seperti yang dikemukakan oleh Jones (2007), pengambilan keputusan investasi mengacu pada alokasi dana pada satu atau lebih aset yang akan ditahan oleh perusahaan untuk jangka waktu tertentu. Tandelilin (2010) juga menyatakan keputusan investasi yaitu seseorang yang menyisihkan dana dinginnnya untuk ditanamkan ke kegiatan yang berhubungan dengan investasi. Ketika seseorang telah berniat untuk menyisihkan beberapa persen dana mereka ke produk pasarmodal, orang tersebut berarti telah melakukan sebuah keputusan investasi.

**3. METODOLOGI**

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen kuesioner dan survei. Penelitian ini melibatkan para pedagang pasar modal yang sering disebut sebagai responden atau konsumen.

**3.1 Variabel Penelitian**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel ( $X_1$ ) Sosialmedia, ( $X_2$ ) risk perception, dan ( $X_3$ ) literasi keuangan. Sedangkan sebagai variabel terikatnya adalah (Y) keputusan investasi.

**3.2 Operasionalisasi Variabel**

Variabel operasional memberikan makna suatu variabel, mengidentifikasi kegiatan, atau membenarkan proses penilaian (Sugiyono, 2014). Tabel berikut menunjukkan variabel operasional penelitian ini :

**Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian Sosial Media, Risk Perception, dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi**

Variabel	Definisi	Indikator
<b>Sosial Media (X1)</b>	Jaringan sosial adalah platform berbasis web yang memungkinkan seseorang untuk terhubung dengan pengguna system lainnya. (Henderi et al., 2007)	1. Dapat dipercaya 2. Keahlian 3. Daya tarik 4. Penghargaan 5. Kesamaan (Shimp, 2018)
<b>Risk Perception (X2)</b>	Keputusan yang dibuat oleh investor sendiri mengenai jenis risiko dan seberapa besar mereka akan mengambilnya (Alquraan et al., 2016)	1. Investasi tanpa pertimbangan 2. Investasi tanpa jaminan 3. Penggunaan pendapatan untuk investasi yang berisiko (Wulandari &

<b>Literasi Keuangan (X3)</b>	Kemampuan seseorang untuk memahami keuangan mereka dan menggunakan pemikiran terbaik dalam jangka pendek dan panjang untuk membuat keputusan keuangan. (Awais et al., 2016)	Iramani, 2014) 1. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan 2. Pengelolaan kredit 3. Pengelolaan tabungan dan investasi 4. Manajemen risiko (Chen & Volpe, 1998)
<b>Keputusan Investasi (Y)</b>	Proses penetapan suatu alternatif pemecahan masalah terbaik dari beberapa alternatif yang ada. (Rivai, & Mulyadi 2013)	1. Return 2. Tingkat risiko 3. Hubungan antara return dan risiko (Tandelilin, 2010)

**Populasi dan Sampel Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada populasi milenial yang berada di Tangerang. Penelitian ini menggunakan metodologi pengambilan *simple random sampling*, yaitu sampel diambil dari beberapa sub-populasi. Data penelitian menunjukkan beberapa karakteristik berbeda dalam sampel yang dikumpulkan :

- Masyarakat Tangerang
- Individu yang termasuk dalam generasi milenial, khususnya yang berusia antara 27 dan 42 tahun
- Telah membuka rekening investasi dan secara konsisten melakukan kegiatan investasi selama minimal satu tahu
- Dedikasikan minimal 1 jam setiap hari untuk aktif memanfaatkan platform mediasosial untuk mengumpulkan informasi mengenai peluang investasi.

Para peneliti menggunakan rumus slovin untuk memastikan ukuran sampel. Ukuran sampel minimal 100 individu dari kelompok milenial Tangerang, berusia antara 27 dan 42 tahun, yang sudah memiliki rekening investasi, akan digunakan untuk penelitian ini dan pernah di bursa transaksi setidaknya satu tahun serta menggunakan sosial media secara berkali untuk mencari informasi.

**Teknik Analisis Data**

**Analisis Deskriptif (Descriptive Analysis)**

Analisis deskriptif digunakan untuk menampilkan data statistik dari penelitian, termasuk ukuran seperti minimum, maksimum, mean, total, deviasi standar, varians, rentang, dan sebagainya.

Selain itu, distribusi data dapat dinilai dengan menggunakan kurtosis dan skewness. Dalam analisis ini, data yang dikumpulkan disajikan tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi apa pun.

## **Analisis Partial Least Square (PLS)**

Partial Least Squares (PLS) merupakan pendekatan analisis yang digunakan dalam Structural Equation Modelling Berbasis Komponen atau Variance. Partial Least Squares (PLS) adalah alternatif yang layak untuk Structural Equation Modeling (SEM) berbasis kovarians. PLS dirancang untuk analisis prediktif informal dalam skenario yang ditandai dengan kompleksitas yang signifikan dan dukungan teoritis yang terbatas (Ghozali, 2014). Tujuan dari Partial Least Squares (PLS) adalah untuk menentukan asosiasi linier paling efektif yang dapat memperkirakan hasil secara tepat menggunakan data yang diberikan. PLS dapat digunakan tidak hanya untuk mengkonfirmasi hipotesis, tetapi juga untuk memverifikasi keberadaan korelasi antar variabel laten. Wold (seperti dikutip dalam Ghozali, 2014) menyatakan bahwa Partial Least Squares (PLS) adalah alat analisis yang kuat karena independensinya terhadap berbagai asumsi. Oleh karena itu, data secara multivariat tidak diharuskan untuk mengikuti distribusi normal, dan tidak diperlukan ukuran sampel yang besar.

## **Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS Evaluasi Measurement Model (*outer model*)**

*Outer Model, terkadang disebut sebagai hubungan luar atau model pengukuran, mendefinisikan hubungan antara setiap blok indikator dan variabel laten terkait. Model pengukuran, biasanya disebut model eksternal, digunakan untuk mengevaluasi validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. (Ghozali, 2014).*

### **Convergent Validity**

Mengevaluasi convergent validity setiap indikator suatu konstruk. Ghozali (2014) menyatakan bahwa suatu indikator dianggap memiliki validitas yang kuat jika nilainya melebihi 0,70, meskipun load faktor yang berkisar antara 0,50 hingga 0,60 mungkin dianggap memuaskan. Menurut kriteria ini, setiap faktor yang memuat di bawah 0,60 akan dihilangkan atau dikeluarkan dari model.

### **Discriminant Validity**

Uji discriminant validity dilakukan untuk mengevaluasi model pengukuran dengan memeriksa indikator refleksi, yang dinilai dengan menganalisis cross-loading pengukuran dengan konstruk yang diukur. Untuk mengidentifikasi konstruk spesifik, suatu indikator dapat dianggap sah jika indikator tersebut menunjukkan pemuatan faktor tertinggi. Factor loading yang diperoleh selanjutnya dibandingkan dengan factor loading konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konstruksi laten telah menunjukkan tingkat presisi yang unggul

dalam memperkirakan indikator blok terkait dibandingkan dengan indikator blok lainnya.

## **Composite Reliability**

Uji Composite Reliability dilakukan untuk mengevaluasi reliabilitas instrumen untuk penggunaannya dalam model penelitian. Jika semua nilai variabel laten menunjukkan reliabilitas komposit atau nilai Cronbach alpha 0,7 atau lebih besar, hal ini menandakan bahwa konstruk tersebut memiliki tingkat ketergantungan yang substansial. Lebih lanjut, hal ini menunjukkan keandalan dan konsistensi kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian.

## **Model Struktural atau Uji Hipotesis (*Inner Model*)**

Pengujian inner model dalam mengkaji interaksi eksogen-endogen sebagaimana dijelaskan dalam kerangka konseptual untuk membangun model. Untuk mengevaluasi inner model, nilai R-square digunakan untuk menentukan goodness of fit-nya. Nilai R-Square adalah metrik statistik yang digunakan untuk mengevaluasi keakuratan kecocokan model. Pengujian kedua berupa penentuan nilai R-Square variabel laten endogen pada model struktural yaitu sebesar 0,67, 0,33, dan 0,19. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa model tersebut masing-masing dianggap “baik”, “sedang”, dan “lemah”.

## **Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)**

Nilai prediksi yang signifikan secara statistik diperlukan untuk keterkaitan rute model struktural. Nilai signifikan diperoleh dengan bootstrapping. Nilai koefisien parameter menentukan signifikansi hipotesis, dan nilai signifikansi t-statistik harus melampaui 1,96 (Ghozali, 2014).

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Obyek penelitian ini merupakan populasi masyarakat di Tangerang. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu sampel yang diperoleh dari jawaban responden terhadap survei yang disebarluaskan. Kuesioner dikeluarkan kepada total 106 individu yang pernah melakukan kegiatan investasi.

### **Statistik Deskriptif**

#### **Deskripsi Responden**

Penelitian yang dilakukan terhadap 106 responden penduduk Tangerang ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai karakteristik responden, antara lain jenis kelamin, usia, dan pendapatan bulanan:

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Wanita	66	62.3%
Pria	40	37.7%
Total	106	100.0

Sumber: data diolah dari kuesioner (2024)

Analisis data yang disajikan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 106 responden, 66 orang adalah perempuan, yang mencakup 62,3% dari total keseluruhan, sedangkan 40 orang adalah laki-laki, yang mencakup 37,7%. Temuan ini menunjukkan bahwa di Tangerang, terdapat kecenderungan yang lebih besar di kalangan perempuan untuk terlibat di pasar modal.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

**Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan	Frequency	Percent
< Rp 5.000.000	53	50%
Rp 6.000.000 - Rp 10.000.000	43	40.6%
Rp 11.000.000 – Rp 20.000.000	10	9.4%
Total	106	100.0

Sumber: data diolah dari kuesioner (2024)

Berdasarkan Tabel 3, dari 106 peserta, mayoritas mempunyai pendapatan bulanan kurang dari 5.000.000, yaitu 53 peserta atau 50%. Sebaliknya, kelompok minoritas mempunyai pendapatan berkisar antara 11.000.000 hingga 20.000.000, tepatnya 10 peserta atau 9,4%.

**Analisis data**

**Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)**

Outer model menguji korelasi antar variabel dan indikatornya. Pengujian yang dilakukan terhadap analisis outer model meliputi validitas konvergen, reliabilitas komposit, dan Cronbach's Alpha.

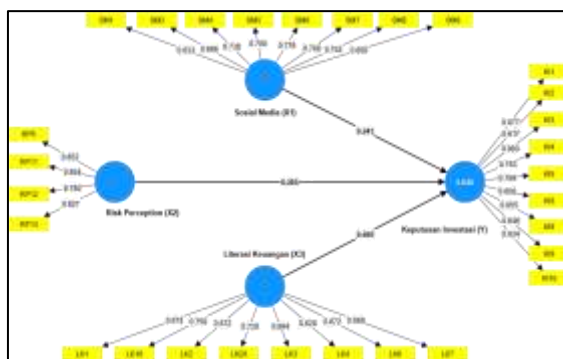
**Hasil Pengujian Convergent Validity**

Pengujian Convergent Validity model pengukuran menggunakan indikator yang direfleksikan dievaluasi dengan menguji hubungan antara skor item dan skor konsep yang diturunkan. Analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pemuatan berkisar antara 0,50 hingga 0,60, yang berarti masih dalam kisaran yang dapat diterima.

**Uji Reliabilitas**

Setelah uji validasi konsep, penilaian selanjutnya adalah uji reliabilitas konstruk yang dinilai berdasarkan dua kriteria yaitu

Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha (CA). Kriteria ini diukur berdasarkan blok indikator yang mengevaluasi ketergantungan konstruk CR, yang menunjukkan keandalannya yang tinggi. Sebuah konstruk dianggap dapat diandalkan jika skor Reliabilitas Komposit dan Alpha Cronbach melebihi 0,6. Temuan pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha pada penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing instrumen mempunyai nilai yang dapat diandalkan, karena nilainya melebihi 0,6.



Sumber: Output PLS

**Gambar 2. Model Konstruk**

**Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model)**

Setelah penilaian model dilakukan dan ditentukan bahwa setiap komponen memenuhi kriteria validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit, tahap selanjutnya melibatkan evaluasi model struktural. Ini memerlukan pemeriksaan koefisien jalur dan R<sup>2</sup> melalui pengujian.

Pengertian Inner Model berkaitan dengan korelasi antar variabel laten yang dibangun berdasarkan teori substantif. R-square, stone-geiser, dan Q-square digunakan untuk menilai kekuatan penjelas uji konstruk model struktural dan relevansi prediktif. Nilai R<sup>2</sup> memungkinkan untuk mengevaluasi dampak variabel laten independen terhadap variabel dependen dan menetapkan signifikansinya. Semakin tinggi nilai R<sup>2</sup> maka semakin baik variabel laten independen dalam menjelaskan variabel laten dependen. Hasil R<sup>2</sup> sebesar 0,67, 0,33, dan 0,19 menunjukkan bahwa kinerja model masing-masing berada pada tingkat "baik", "sedang", dan "lemah".

**Tabel 4. Nilai R<sup>2</sup> Variabel Endogen**

Variabel Endogen	R-square
Keputusan Investasi	0.594

Sumber: Output PLS

Berdasarkan data pada Tabel 4.11, nilai R-square variabel pilihan investasi sebesar 0,594. Hal ini menunjukkan bahwa 59,4% perbedaan dalam keputusan investasi mungkin disebabkan oleh

faktor-faktor seperti mediasosial, persepsirisiko, dan literasi keuangan. Sisanya sebesar 40,6% variasi disebabkan oleh faktor lain. Diantara penunjang hal lain yang dapat menjadi faktor keputusan investasi, income termasuk salah satu nya. Untuk income yang lebih besar pengambilan keputusan investasi lebih mudah dipertimbangkan, berbeda dengan income yang lebih kecil setiap bulan nya. Seperti pada responden dalam penelitian ini, rata-rata dengan income 6.000.000 – 11.000.000 keputusan investasi yang akan di ambil pasti berbeda dengan responden yang mendapat income 11.000.000 – 20.000.000. Berdasarkan hal tersebut, data R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa tingkat R<sup>2</sup> tergolong sedang.

**Hasil Uji Hipotesis**

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis**

Variabel	Path Coefficients	Standard Deviation	T-Statistic	P Values	Keterangan
Sosial Media > Keputusan Investasi	0,238	0,074	3,237	0,001	Positif-Signifikan
Risk Perception > Keputusan Investasi	0,321	0,094	3,423	0,001	Positif-Signifikan
Literasi Keuangan > Keputusan Investasi	0,397	0,102	3,878	0,00	Positif-Signifikan

Sumber: Output PLS

Tabel 5 menyajikan hasil perhitungan PLS yang menunjukkan adanya pengaruh langsung antar variabel. Jika T-statistik melebihi nilai kritis 1,96 maka hipotesis diterima yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara statistik terhadap variabel dependen. Signifikansi pengaruh ini dapat ditentukan dengan mengacu pada tabel Path Coefisien yang diperoleh dari Bootstrapping. Jika nilai T statistik lebih besar dari 1,96 pada taraf signifikansi 5%. Tabel Koefisien Jalur mengungkapkan bahwa literasi keuangan memberikan dampak paling signifikan terhadap keputusan investasi dalam penelitian ini.

Berdasarkan Tabel 5 dapat ditegaskan hal-hal sebagai berikut:

1. H<sub>1</sub> : Variabel sosial media mempunyai pengaruh yang nyata dan positif terhadap variabel Keputusan investasi yang ditunjukkan dengan nilai T Statistik lebih besar dari 1,96 yaitu 3,237.
2. H<sub>2</sub> : Variabel Risk perception mempunyai pengaruh positif signifikan secara statistik terhadap variabel Keputusan investasi yang ditunjukkan dengan nilai T Statistik lebih dari 1,96 yaitu 3,878.
3. H<sub>3</sub> : Variabel Literasi Keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif secara statistik terhadap variabel Keputusan investasi yang ditunjukkan dengan nilai T Statistik lebih dari 1,96 yaitu 3,237.

**Pengaruh Sosial Media terhadap Keputusan Investasi**

Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menghasilkan nilai T-statistik sebesar 3,237 melampaui nilai kritis sebesar 1,96. Dengan

demikian, kami menyimpulkan bahwa hipotesis alternatif (Ha<sub>1</sub>) valid, yang menunjukkan bahwa media sosial mempunyai pengaruh signifikan dan positif secara statistik terhadap keputusan investasi. Oleh karena itu, dampak sosial media terhadap keputusan investasi bersifat satu arah, artinya peningkatan penggunaan mediasosial akan menyebabkan peningkatan keputusan investasi. Pengaruh ini terbukti signifikan secara statistik.

Berdasarkan analisis data menggunakan SmartPLS versi 4.0 diketahui bahwa nilai koefisien sosial media terhadap keputusan investasi adalah sebesar 0,238. Hal ini menunjukkan adanya korelasi positif antara mediasosial dan keputusan investasi.

Sosial media berpengaruh dalam menentukan perilaku keputusan investasi seseorang. Semakin sering seseorang menggunakan Sosial media untuk mencari informasi mengenai investasi pasar modal maka akan semakin baik keputusan investasi yang akan diambil. Pemahaman tentang investasi melalui Sosial media mendorong seseorang mengambil keputusan dengan baik saat berinvestasi. Pemanfaatan sosial media secara ekstensif oleh seseorang kemungkinan besar akan menghasilkan pilihan investasi yang tepat. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khatik et al., 2021 maupun Deepak et al., 2021, karena memiliki obyek responden yang dengan kesetaraan usia atau generasi milenial menuju generasi z & Sosial media kini sudah mudah diakses dimana serta kapan saja. Serta tren investasi masa kini yang ada dalam iklan Sosial media, membuat para investor tertarik untuk menelaah dan terjun lebih dalam.

**Pengaruh Risk Perception terhadap Keputusan Investasi**

Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menghasilkan nilai T-statistik sebesar 3,878 melebihi nilai kritis sebesar 1,96. Oleh karena itu, kami menerima hipotesis alternatif Ha<sub>1</sub> yang menunjukkan bahwa risk perception mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Artinya risk perception berpengaruh secara searah terhadap keputusan investasi, artinya peningkatan pengetahuan risk perception menyebabkan peningkatan keputusan investasi. Selain itu, pengaruh ini signifikan secara statistik. Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan SmartPLS versi 4.0, diketahui bahwa koefisien jalur persepsi risiko terhadap keputusan investasi adalah sebesar 0,321. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi risiko dengan keputusan investasi. Pengambilan keputusan investasi seseorang dipengaruhi oleh pemahamannya terhadap risk perception. Risk perception seorang individu berperan penting dalam membentuk sikap dan perilakunya terhadap masalah keuangan, termasuk pengelolaan keuangan, perencanaan keuangan pribadi, dan pengambilan keputusan investasi. Oleh

karena itu, dapat dikatakan bahwa risk perception juga berdampak pada proses pengambilan keputusan investasi individu.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Deepak et al., 2021 bahwa risk perception menjadi salah satu faktor penyebab keputusan investasi. Risk perception dapat memperkuat keputusan investor dengan menilai risiko tertentu, mengurangi nilai kerugian investor dan pandangan besar kecilnya suatu risiko investasi yang akan mereka ambil.

## **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi**

Pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menghasilkan nilai T-statistik sebesar 3,878 yang melampaui ambang batas kritis sebesar 1,96. Dengan demikian, kami mengkonfirmasi hipotesis alternatif ( $H_{a1}$ ) yang menunjukkan dampak positif dan substansial dari literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Hal ini berarti bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh searah terhadap keputusan investasi, yang berarti bahwa pengetahuan yang lebih luas dalam bidang ini akan menghasilkan pilihan investasi yang lebih tepat. Ketika pemahaman individu tentang konsep keuangan dan pengetahuan pengelolaan uang meningkat, jumlah pilihan investasi yang terinformasi dan strategis juga akan meningkat. Berdasarkan data yang diolah menggunakan SmartPLS versi 4.0, nilai koefisien literasi keuangan terhadap keputusan investasi sebesar 0,397. Hal ini menunjukkan adanya korelasi positif antara literasi keuangan dengan keputusan investasi.

Pengetahuan dan pemahaman mengenai literasi keuangan berpengaruh dalam memutuskan kegiatan investasi. Literasi keuangan mengacu pada pengetahuan dan pemahaman tentang konsep dan aktivitas keuangan yang diperoleh seseorang dari pengalaman pribadi. Kompetensi finansial dicapai ketika seseorang secara efektif menerapkan pengetahuan yang ada dan meningkatkannya melalui pendidikan dan pengalaman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Deepak et al., 202 dan Khatik et al., 2021 yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Investor dapat menumbuhkan kekayaan finansial dengan memiliki literasi keuangan yang baik, lalu dapat menentukan jangka waktu serta produk pasarmodal yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya sehingga terdapat imbal hasil yang dapat memperbaiki tingkat kesejahteraan. Namun hal ini bertolak belakang dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Iskandar Budiman dkk., 2021, yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan tidak memberikan dampak yang berarti terhadap pilihan investasi. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya literasi keuangan, yang menghambat calon investor dalam mengelola keuangan mereka

secara efektif, sehingga menimbulkan tantangan dalam menabung dan potensi kesulitan keuangan di masa depan. Keadaan ini menimbulkan adanya kegiatan hutang piutang, bahkan paylater secara berkala karena keadaan yang menjadikannya terlalu konsumtif. Padahal saat ini sudah banyak aplikasi keuangan yang memudahkan para generasi milenial untuk mengetahui catatan anggaran bulanan yang mereka keluarkan dengan pasti.

## **5. PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis menyeluruh terhadap penelitian bertajuk Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan investasi Pada Generasi Milenial Di Tangerang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sosial media memberikan dampak besar terhadap pilihan investasi yang diambil oleh kelompok milenial di Tangerang. Investor milenial di Tangerang mengandalkan mediasosial sebagai sumber informasi dalam mengambil keputusan investasi, seperti terlihat dari hal ini. Meski demikian, investor generasi milenial tetap melakukan analisis persepsi risiko dan mengandalkan kemampuan literasi keuangannya dalam mengambil keputusan berinvestasi.
2. Keputusan berinvestasi generasi milenial di Tangerang sangat dipengaruhi oleh risk perception. Hal ini membuktikan bahwa generasi milenial di Tangerang dapat memahami kemungkinan terjadinya kecelakaan atau kerugian yang berpeluang terjadi dalam pengambilan keputusannya. Dengan memahami risk perception akan menciptakan rasa aman kepada para investor, menjamin kelangsungan dan memudahkan dalam pengambilan keputusan investasi.
3. Tingkat literasi keuangan sangat mempengaruhi pilihan investasi yang dilakukan oleh populasi milenial yang berada di Tangerang. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok milenial di Tangerang memiliki pemahaman yang kuat tentang fakta bahwa memiliki pengetahuan keuangan yang baik berarti memastikan masa depan yang stabil bagi diri mereka sendiri. Selain itu, generasi milenial juga menyadari pentingnya investasi yang dapat memberikan keuntungan di masa depan, berkat akses terhadap investasi dan pengetahuan pasarmodal yang diperoleh dari perguruan tinggi atau lingkungan sekitar.

### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti dapat memberikan usulan sebagai berikut:

1. Bagi Investor Generasi Milenial

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pilihan investasi dipengaruhi secara signifikan oleh media sosial, risk perception, dan pengetahuan keuangan. Investor pasar modal didorong untuk lebih meningkatkan literasi keuangan mereka dengan



melakukan aktivitas dari berbagai sumber, karena dampak besar yang ditimbulkannya, seperti mengikuti kegiatan edukasi dalam bentuk seminar atau webinar, mengikuti komunitas investasi, serta belajar dalam perguruan tinggi. Selain itu, perilaku psikologis riskperception juga berperan penting dalam pengambilan keputusan investasi, karena investor dituntut untuk menilai dan memahami potensi besaran risiko yang terkait dengan pilihan investasinya. Berinvestasi mempunyai risiko yang melekat, namun investor harus memastikan bahwa investasinya tidak sia-sia dan pada akhirnya akan mengarah pada kemandirian finansial. Para peneliti juga mengantisipasi bahwa generasi milenial akan secara cermat mengevaluasi informasi yang ditawarkan di sosial media saat mengambil keputusan investasi untuk mendapatkan imbalan dari upaya investasi mereka.

## 2. Bagi Bursa Efek Indonesia

Influencer sosial media dan informasi terkait investasi berpotensi meningkatkan minat investor muda di Tangerang dalam menentukan pilihan investasi. Namun demikian, penting untuk diingat bahwa investor milenial di Tangerang menaruh kepercayaan mereka pada influencer yang memiliki keahlian di bidang investasi pasar modal dan memiliki banyak pengikut di platform sosial media mereka. Oleh karena itu, guna meningkatkan daya tarik Kota Tangerang bagi investor milenial, baik yang sudah berinvestasi maupun belum, inisiatif BEI ke depan yang akan mengedepankan edukasi masyarakat mengenai pasar modal melalui media sosial dapat melibatkan influencer yang memenuhi kriteria tersebut. kriteria.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini secara eksklusif menggunakan variable independen yaitu sosialmedia, risk perception, dan literasi keuangan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memasukkan variabel-variabel tambahan yang mungkin mempengaruhi keputusan investasi investor, khususnya di kalangan generasi milenial di wilayah Tangerang. Hal ini memungkinkan teridentifikasinya faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan investasi di kalangan generasi milenial di wilayah Tangerang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purwanto, E., & Dyah Ratih Sulistyastuti. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, Dan Masalah-masalah Sosial*. Gaya Media.
- Alquraan, T., Alqisie, A., & Al Shorafa, A. (2016). Do Behavioral Finance Factors Influence Stock Investment Decisions of Individual Investors? (Evidences from Saudi Stock Market). *American International Journal of Contemporary Research*, 6(3), 159–169.
- Annur, Cindy. (2022). *Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/10/31/Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Warga-Indonesia-Meningkat-Pada-2022>.
- Aren, S., & Zengin, A. N. (2016). Influence of Financial Literacy and Risk Perception on Choice of Investment. *Procedia - Social and Behavioral Science*.
- Arianti, B. F. (2018). The influence of financial knowledge, control and income on individual financial behavior. *Economics and Accounting Journal*, 1–10.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arista, & Astohar. (2012). *ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RETURN SAHAM*. <https://Jurnal.Stietotalwin.Ac.Id/Index.Php/Jimat/Article/View/29>.
- Awais, Laber, Rasheed, & Khursheed. (2016). *Impact of Financial Literacy and Investment Experience on Risk Tolerance and Investment Decisions*. <https://Www.Econjournals.Com/Index.Php/Ijefi/Article/View/1414>.
- Budiman, I., Maulana, Z., & Kamal, S. (2021). Pengaruh Literacy Financial, Experienced Regret, dan Overconfidence Terhadap Pengambilan Keputusan83 Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 321–330.
- Deepak B. Chaitanya, & Norfarah Nordin. (2021). The Relationship Between Psychological Factors, Risk Perception and Social Media on Investment Decision Making. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 3(4), 55–72.
- Djohanputro, B. (2008). *Manajemen Risiko Korporat*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Furchan. (2004). *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*. Pustaka Belajar.
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- OJK. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. <https://Ojk.Go.Id/Id/Berita-Dan-Kegiatan/Siaran-Pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.AspX>.
- OJK. (2023). *Literasi Keuangan*. <https://Ojk.Go.Id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.AspX>.
- Pradhana, R. W. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Cognitive Bias, dan Emotional Bias terhadap Keputusan Investasi (Studi pada Investor Galeri Investasi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen Univeritas Negeri Surabaya*, 6(3), 108–117.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.

- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Tandelilin. (2010). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi* (1st ed.). Kanisius.
- Tandelilin, E. (2022). *Investasi*.  
<https://www.idntimes.com/business/economy/seo-intern/pengertian-investasi-menurut-para-ahli-beserta-instrumennya>.