

## **Pengaruh Media Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya**

**Neng Dea Ananda Lusiana<sup>1</sup>, Dheri Febiyani Lestari<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Cipasang Tasikmalaya

Email: <sup>1</sup>nengdeaananda99@gmail.com, <sup>2</sup>dherifebryanilestari@uncip.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh media sosial dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, dan survei dilakukan terhadap 100 responden yang telah ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda setelah dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, variabel yang paling signifikan, memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan investasi dengan koefisien 0,385 dan 0,000, sedangkan media sosial memiliki dampak positif dan signifikan dengan koefisien 0,214 dan 0,015. mahasiswa Generasi Z dipengaruhi secara bersamaan oleh kedua faktor tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa harus lebih memahami keuangan untuk membuat keputusan investasi yang lebih rasional mengingat banyaknya informasi yang tersedia tentang investasi di media sosial.

**Kata Kunci:** *Media Sosial, Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, Generasi Z, Tasikmalaya.*

### **Abstract**

*This study aims to analyze the influence of social media and financial literacy on investment decisions of Generation Z students in Tasikmalaya. This study was conducted with a quantitative approach, and a survey was conducted on 100 respondents who had been determined using the Slovin formula. Data were analyzed using multiple linear regression after being collected through questionnaires. The results showed that financial literacy, the most significant variable, had a positive and significant impact on investment decisions with coefficients of 0.385 and 0.000, while social media had a positive and significant impact with coefficients of 0.214 and 0.015. Generation Z students were simultaneously influenced by both factors. This study suggests that students need to understand finance more to make more rational investment decisions given the abundance of information available about investing on social media.*

## **Neng Dea Ananda Lusiana, Dheri Febiyani Lestari**

Pengaruh Media Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya

**Keywords:** *Social Media, Financial Literacy, Investment Decisions, Generation Z, Tasikmalaya.*

### **Pendahuluan**

Berbagai aspek kehidupan telah mengalami perubahan besar sebagai akibat dari perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, termasuk perilaku keuangan masyarakat, terutama generasi muda. Generasi Z, terutama mahasiswa, tumbuh dan berkembang di era teknologi dan internet, dan mereka sangat terlibat dengan media sosial, Instagram, TikTok, Youtube dan Twitter tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan menghibur, namun telah berkembang menjadi sumber informasi penting, termasuk informasi investasi. Data terbaru menunjukkan bahwa orang Indonesia rata-rata menghabiskan 3 jam sehari di media sosial, sementara generasi muda, terutama Gen Z, dapat menghabiskan hingga 4 hingga 6 jam sehari di media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial sangat memengaruhi perilaku dan keputusan generasi muda, termasuk pilihan investasi mereka.

Kemampuan untuk menghasilkan, menginformasikan, menghakimi, dan mengambil tindakan yang efektif tentang pengelolaan dan penggunaan uang saat ini dan di masa depan dikenal sebagai literasi keuangan (Trisuci, 2023). Namun, menurut Sabri et al. (2008), mahasiswa masih memiliki pemahaman keuangan yang relatif rendah sehingga rentan terpengaruh oleh tren investasi di media sosial.

Mengenai jumlah individu yang berinvestasi di pasar modal Indonesia telah meningkat sebagai hasil dari perubahan ini dalam beberapa tahun terakhir. Ini membuktikan bahwa orang semakin menyadari pentingnya perencanaan keuangan yang termasuk investasi. Peningkatan ini belum merata di komunitas. Menurut data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), partisipasi mahasiswa dalam investasi pasar modal tetap 24,97%, lebih rendah dari 33,27% untuk kelompok pegawai negeri. Ini menunjukkan bahwa meskipun informasi lebih mudah diakses, mahasiswa masih kurang terlibat dalam investasi. Oleh karena itu, ada perbedaan antara potensi besar yang dimiliki mahasiswa sebagai generasi digital dan tingkat investasi yang sebenarnya mereka lakukan. Menurut

Suwardhana, Permatasari, dan Lestianika (2023), Generasi Z harus mempertimbangkan tujuan keuangan jangka panjang dan toleransi risiko sebelum membuat keputusan investasi. Semakin memahami mahasiswa keuangan, semakin baik mereka dalam mengambil keputusan investasi yang logistik dan berkelanjutan.

Penelitian terdahulu menunjukkan, bahwa ada perbedaan dalam bagaimana pengetahuan seorang individu tentang *financial* dan media sosial memengaruhi keputusan investasi mereka. Sebagian besar studi, seperti Rohman & Safih (2024), menemukan bahwa media sosial memengaruhi keputusan investasi; namun, penelitian lain, seperti Anggie Angraini (2024), menemukan bahwa pengaruh media sosial sangat kecil. Ini juga berlaku untuk faktor literasi keuangan. Reysa (2023) menemukan bahwa keputusan yang berkaitan dengan investasi tidak memiliki dampak yang signifikan, tetapi Pratiwi (2023) menemukan bahwa ada. Hasil yang berbeda menunjukkan bahwa hubungan antara variabel masih belum konsisten, sehingga diperlukan penelitian tambahan. Ini berlaku terutama untuk mahasiswa Gen Z

Penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengintegrasikan variabel media sosial dan literasi keuangan secara simultan dalam menganalisis keputusan investasi mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya. Fokus penelitian ini relevan karena mahasiswa Generasi Z memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, tetapi belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman keuangan yang baik. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru tentang hal-hal yang memengaruhi keputusan investasi Gen Z.

Seperti yang ditunjukkan oleh hasil prasurvei yang dilakukan terhadap 15 orang yang disurvei, mahasiswa masih kurang memahami dan membuat

keputusan investasi. Meskipun beberapa mahasiswa telah belajar tentang berbagai alat investasi melalui media sosial, kemampuan mereka untuk menggunakannya untuk membuat keputusan investasi masih kurang. Selain itu, mahasiswa lebih suka mengikuti tren daripada mempertimbangkannya, yang menunjukkan bahwa pilihan investasi mereka belum sepenuhnya logis.

Berdasarkan latar belakang ini, terdapat rumusan masalah dalam studi ini: (1) Apakah Media Sosial Berpengaruh Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya; dan (2) Apakah Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya. Oleh karena itu, penelitian ini terbatas pada mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya yang memeriksa faktor-faktor seperti literasi keuangan, keputusan investasi, dan media sosial. Keputusan Investasi adalah salah satu hal yang mahasiswa pertimbangkan saat mereka memilih dan mengambil keputusan investasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana literasi keuangan dan media sosial berdampak pada keputusan investasi Generasi Z di Tasikmalaya. Penelitian ini diharapkan akan memberikan referensi untuk penelitian akademis yang lebih lanjut serta manfaat praktis bagi mahasiswa karena mereka akan belajar menggunakan media sosial dengan lebih baik dan memahami keuangan sebelum mereka membuat keputusan investasi. Penulis juga percaya bahwa penelitian ini akan membantu lembaga pendidikan dan pihak terkait dalam mendidik Generasi Z tentang keuangan.

## **Kajian Pustaka**

### ***Theory of Planned Behavior (TPB)***

Dalam penelitian ini, Theory of Planned Behavior (TPB), yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991 dan merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action, adalah teori utama yang digunakan. Teori ini menjelaskan bagaimana perilaku seseorang sebelum mengambil keputusan dipengaruhi oleh proses psikologis yang rasional. Dalam TPB, seseorang diasumsikan akan mengevaluasi informasi yang tersedia, mempertimbangkan konsekuensi dari suatu tindakan, serta mempertimbangkan faktor sosial dan kemampuan diri mereka

dalam membuat keputusan. TPB mengatakan bahwa tiga faktor utama memengaruhi perilaku seseorang. Mereka adalah sikap (attitude), norma subjektif (subjective norm), dan kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control). Niat (intention) kemudian dibentuk dan pada akhirnya menentukan perilaku sebenarnya seseorang.

TPB menjelaskan dalam penelitian ini bagaimana media sosial memengaruhi sikap mahasiswa terhadap investasi melalui pengaruh sosial, pendidikan, dan informasi yang ada di platform digital. Media sosial juga membentuk norma subjektif melalui dorongan lingkungan sosial, seperti konten seperti pengalaman investor, tren, dan saran influencer. Selain itu, memahami keuangan membuat mahasiswa merasa lebih mampu mengontrol tingkah laku mereka, karena pemahaman ini membuat mereka lebih percaya diri, logis, dan terarah saat membuat keputusan investasi dan mengelola keuangan.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan investasi (Y) mahasiswa generasi Z di Tasikmalaya dipengaruhi oleh literasi keuangan (X1) dan media sosial (X2). Media sosial membentuk sikap dan norma subjektif, sedangkan pengetahuan tentang keuangan membantu mengontrol perilaku yang dirasakan. Ketiga komponen ini bekerja sama untuk membuat niat investasi, yang pada akhirnya mendorong mahasiswa untuk membuat keputusan investasi.

## Media Sosial

Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan orang berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi konten melalui internet. Menurut Putri et al. (2023), media sosial berfungsi sebagai alat komunikasi digital yang

menghubungkan pengguna melalui aplikasi online, yang memungkinkan orang berbagi informasi tanpa Batasan waktu. Dengan kata lain, setiap individu memiliki kemampuan untuk mengakses dan berbagi data kapan saja dan dimana saja mereka inginkan.

Media sosial melakukan banyak hal selain hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, Mereka juga memungkinkan orang berbicara, berbagi konten, dan membentuk komunitas Ini menunjukkan peran media sosial dalam membangun interaksi sosial digital dan kolaborasi pengguna, karena pengguna dapat berinteraksi secara aktif dan membangun hubungan sosial secara online melalui fitur seperti forum, grup, dan komentar. Tujuan utama media sosial adalah untuk mendorong interaksi sosial, berbagi informasi, dan membangun komunitas online melalui situs web atau aplikasi seperti Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, dan WhatsApp. Banyak orang, terutama Gen Z, menggunakan media sosial. Selain itu, media sosial memengaruhi perilaku dan preferensi konsumsi mereka, serta keputusan investasi mereka (Anita & Naryoto, 2024)

Sebaliknya, Cahyono (2016) dalam (Panji & Wafiroh, 2022) menekankan bahwa media sosial merupakan sarana digital yang memberi kesempatan kepada pengguna untuk menciptakan sekaligus membagikan beragam bentuk konten kepada khalayak luas melalui platform seperti jejaring sosial, blog, dan forum. Penjelasan ini menunjukkan kekuatan besar media sosial untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat kepada banyak orang.

### **Indikator Media Sosial**

Secara Operasional, Media sosial diukur menjadi 4 Indikator yaitu *Context, Communication, Collaboration, Connection* yang diadaptasi dari (Cholid, 2024)

### **Literasi Keuangan**

Menurut Ayu Krishna (2010) dalam Utami & Dara (2022), Kemampuan yang dimiliki seseorang untuk memahami dan mengelola keuangan secara efektif dikenal sebagai literasi keuangan. Literasi keuangan juga mencakup kemampuan individu untuk mengumpulkan, memahami, dan mengevaluasi data tentang uang

mereka sebelum mereka membuat keputusan, dengan mempertimbangkan konsekuensi keuangan yang akan mereka hadapi kemampuan seseorang untuk memahami dan mengendalikan keuangan mereka.

Remund (2010) mengatakan literasi keuangan adalah tingkat pemahaman yang dimiliki seseorang tentang istilah dan prinsip keuangan yang diperlukan untuk mengatur keuangan mereka sendiri melalui perencanaan keuangan jangka panjang dan pengambilan keputusan yang tepat dalam waktu singkat, serta mempertimbangkan peristiwa dan kondisi ekonomi (Ridwan et al., 2022).

Namun, menurut Clercq & Venter (2009) dalam Kartini & Mashudi (2022), Literasi keuangan juga meningkatkan kesejahteraan material dengan membaca, menganalisis, mengatur, dan mengkomunikasikan kondisi keuangan seseorang. Menurut definisi ini, literasi keuangan juga mencakup keterampilan analisis dan komunikasi yang diperlukan untuk mengelola keuangan dengan baik.

### **Indikator Literasi Keuangan**

Secara Operasional, Literasi Keuangan diukur menjadi 4 indikator yaitu *General Knowledge About Financial, Saving dan Borrowing, Insurance, investasi*. yang diadaptasi dari (Haekal, 2021)

### **Keputusan Investasi**

Menurut Agustin & Anwar (2022), Keputusan investasi adalah proses menempatkan dana ke dalam aset atau instrumen dengan tujuan menghasilkan keuntungan di masa depan. Tujuan dari keputusan investasi adalah untuk meningkatkan nilai atau kekayaan perusahaan serta mendukung kegiatan operasionalnya untuk menghasilkan keuntungan di masa depan. Ini menunjukkan

bahwa tujuan Investasi untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan nilai aset.

Menurut Dekrijanti et al. (2023), keputusan investasi adalah bagian penting dari manajemen karena tujuan perusahaan adalah untuk secara konsisten menciptakan dan meningkatkan nilai. Oleh karena itu, membuat keputusan investasi yang tepat akan berdampak pada pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Untuk mendapatkan keuntungan di masa mendatang, seseorang dapat membuat keputusan investasi dengan memilih aset atau instrumen keuangan tertentu. Ini adalah proses yang dilakukan oleh individu, perusahaan, atau lembaga. Sebelum membuat keputusan investasi, evaluasi risiko dan prospek keuntungan serta tujuan keuangan jangka pendek dan jangka panjang diperlukan.

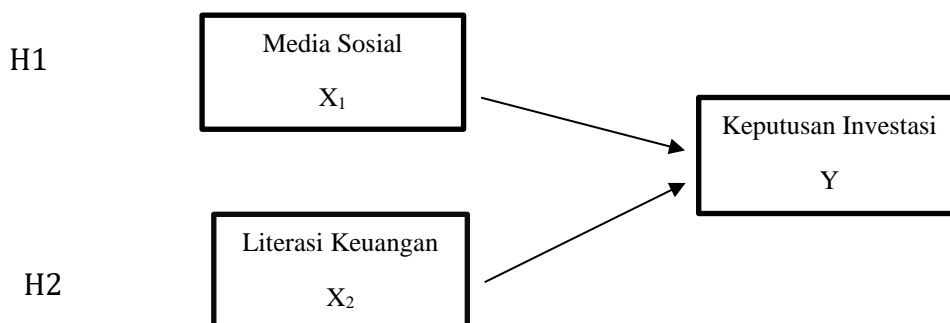
Namun demikian, Sari (2018) dalam Reysa et al. (2023) menyatakan bahwa memasukkan dana yang dimilikinya ke dalam berbagai pilihan investasi adalah bagian dari membuat keputusan investasi. Perencanaan dan pengambilan keputusan tentang investasi yang akan menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu dikenal sebagai penganggaran modal.

### **Indikator Keputusan Investasi**

Secara Operasional, Keputusan Investasi diukur menjadi 3 indikator yaitu *Return, Risk, Time Factor* yang diadaptasi dari (Lestari et al., 2022).

### **Model Penelitian**

#### **Kerangka Berpikir**



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

## Hipotesis

Berdasarkan dari Latar belakang, identifikasi masalah, tujuan, tinjauan pustaka, dan kerangka pemikiran. Maka hipotesis penelitian ini mencakup dua pernyataan utama, sebagai berikut:

H1 : Terdapat Pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi

H2 : Terdapat Pengaruh Literasi keuangan terhadap keputusan investasi

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengidentifikasi bagaimana pengetahuan Generasi Z tentang literasi keuangan dan media sosial memengaruhi keputusan investasi mereka di Tasikmalaya. Penelitian ini melibatkan 4.689 mahasiswa. Jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive, yang berarti responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Responden dalam penelitian ini termasuk (1) mahasiswa yang aktif di Tasikmalaya, (2) termasuk dalam Generasi Z, yang berusia 18 hingga 25 tahun, (3) aktif menggunakan media sosial, dan (4) memiliki pengetahuan atau minat dalam investasi. Jumlah sampel dihitung dengan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Hasilnya adalah 100 responden. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel yang diadaptasi dari penelitian terdahulu, meliputi variabel media sosial, literasi keuangan, dan keputusan investasi.

Sebelum instrumen penelitian digunakan, validitas dan reliabilitasnya diuji menggunakan program statistik IBM SPSS. Untuk menguji validitas, nilai signifikansi dan korelasi item diperiksa. Untuk menguji reliabilitas, Cronbach's

Alpha digunakan, dengan kriteria nilai alpha lebih dari 0,60 dianggap sebagai instrumen yang reliabel (Ghozali, 2011). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memeriksa data. Sebelum menguji hipotesis, data diuji dengan uji asumsi klasik untuk heteroskedastisitas, normalitas, dan multikolinearitas. Untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan dan media sosial memengaruhi keputusan investasi mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya, uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), uji F, dan uji t dilakukan dengan tingkat signifikansi 5%.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Ket.
Media Sosial	M1	0,196	0,688	Valid
	M2		0,543	Valid
	M3		0,622	Valid
	M4		0,507	Valid
	M5		0,553	Valid
	M6		0,508	Valid
	M7		0,540	Valid
	M8		0,602	Valid
Literasi Keuangan	L1		0,614	Valid
	L2		0,584	Valid
	L3		0,544	Valid
	L4		0,608	Valid
	L5		0,599	Valid
	L6		0,522	Valid
	L7		0,556	Valid
	L8		0,682	Valid
Keputusan Investasi	K1	0,563	Valid	
	K2	0,604	Valid	
	K3	0,494	Valid	
	K4	0,696	Valid	
	K5	0,615	Valid	

	K6		0,662	Valid
--	----	--	-------	-------

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang terkait dengan variabel literasi keuangan, keputusan investasi, dan media sosial memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel sebesar 0,096. Oleh karena itu, setiap pernyataan dianggap sah dan dapat digunakan dalam penelitian.

### Uji Reabilitas

**Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas**

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
X1	0,701	8
X2	0,729	8
Y	0,660	6

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, mengungkapkan nilai Cronbachs Alpha yaitu variable Media sosial (X1) = 0,701 (8 item), Literasi Keuangan (X2) = 0,729 (8 item), serta Keputusan Investasi (Y) = 0,660 (6 item). Karena semua nilai ini jauh melebihi ambang batas minimum 0,60, instrumen penelitian dinyatakan sangat konsisten dan dapat dipercaya. Hal ini berarti seluruh item kuesioner konsisten menghasilkan data yang stabil dan akurat untuk mengukur variabel-variabel terkait. Oleh karenanya, item-item tersebut layak untuk analisis lebih mendalam.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		
Mean		.5840940
Std. Deviation		2.38340227
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.077
	NEGATIVE	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-Tailed) <sup>c</sup>		.071
Monte Carlo Sig. (2-Tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.074
	99% CONFIDENCE LOWER BOUND	.068
	INTERVAL	
	UPPER BOUND	.081

a. Test Distribution Is Normal.  
 b. Calculated From Data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. Lilliefors' Method Based On 10000 Monte Carlo Samples With Starting Seed 926214481.

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Menurut hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Asumsi normalitas model regresi telah terpenuhi, karena data residual berdistribusi normal dengan nilai Asymp. Sig. 0,071 lebih besar dari 0,05

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	.070	1.156		.060	.952
	X1	.032	.060	.077	.532	.596
	X2	.055	.063	.124	.860	.392

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Berdasarkan Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan metode Glesjer yang melibatkan variabel depeden ABS\_RES, Variabel X1 tidak menunjukkan tanda tanda heteroskedastisitas. Signifikansi variabel X1 sebesar 0,596 dan variabel X2 0,392. Nilai kedua model regresi melebihi 0,05. Model regresi yang digunakan juga dikenal sebagai analisis homoskedastisitas memenuhi salah satu asumsi klasik karena varians residual tetap. Oleh karena itu, layak digunakan untuk penelitian lanjutan.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 5 Hasil Uji Multikoleniaritas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 X2	0,388	2,578
XI	0,388	2,578

**a. Dependent Variable: Y**

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Berdasarkan Hasil Uji Multikoleniaritas Tidak ada masalah multikoleniaritas pada kedua variabel independen, karena toleransi variabel X1 0,388 dan variabel X2 0,388, masing-masing lebih besar dari 0,10. Nilai Variasi Inflasi Factor (VIF) variabel independen yaitu 2,578, yang masing-masing berada di bawah batas 10. Model regresi yang digunakan tidak menunjukkan tanda-tanda multikoleniaritas karena tidak ada kolerasi signifikan yang ditemukan antara variabel independen yang dipakai dalam studi ini.

**Uji Autokorelasi**

**Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.744 <sup>a</sup>	0,553	0,544	2,47981	2,043

**a. Predictors: (Constant), XI, X2**

**b. Dependent Variable: Y**

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,043, yang berada di sekitar angka 2, yang menunjukkan bahwa model regresi tidak menunjukkan autokorelasi. Oleh karena itu, nilai ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

**Uji Linearitas**

**Tabel 7 Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between Groups	(Combined)	779,361	18	43,298	6,323	0,000
		Linearity	601,370	1	601,370	87,825	0,000
		Deviation from Linearity	177,991	17	10,470	1,529	0,105
	Within Groups	554,639	81	6,847			
Total			1334,000	99			
X2	Between Groups	(Combined)	727,078	18	40,393	5,391	0,000
		Linearity	545,630	1	545,630	72,820	0,000
		Deviation from Linearity	181,448	17	10,673	1,424	0,147
	Within Groups	606,922	81	7,493			
Total			1334,000	99			

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Hasil uji linearitas untuk hubungan antara keputusan investasi (Y) dan media sosial (X1) menunjukkan bahwa ada nilai signifikansi linearitas 0,000 (kurang dari 0,05) dan deviasi linearitas 0,105 (lebih dari 0,05). Selain itu, ditemukan nilai signifikansi linearitas 0,000 (kurang dari 0,05) dan deviasi linearitas 0,147 (lebih dari 0,05), yang menunjukkan bahwa hubungan antara X2 dan Y adalah linear. Akibatnya, karena kedua variabel independen memenuhi asumsi linearitas, keduanya dapat digunakan.

## Uji Hipotesis

### Uji F

**Tabel 8 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	737,503	2	368,752	59,965	.000 <sup>b</sup>
	Residual	596,497	97	6,149		
	Total	1334,000	99			
<b>a. Dependent Variable: Y</b>						
<b>b. Predictors: (Constant), X1, X2</b>						

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Hasil penelitian menunjukkan nilai F hitung 59,965, dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang berkaitan dengan pengetahuan keuangan dan media sosial secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Oleh karena itu, untuk menjelaskan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen, model regresi yang tepat digunakan.

**Uji T**

**Tabel 9 Hasil Uji T**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,305	1,423		2,322	0,022
X2	0,385	0,082	0,513	4,705	0,000
X1	0,214	0,087	0,270	2,478	0,015

**a. Dependent Variable: Y**

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel media sosial (X1) berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan investasi; memiliki koefisien 0,214 dan nilai signifikansi 0,015, yang masing-masing kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa semakin banyak informasi tentang investasi yang diperoleh mahasiswa melalui media sosial, semakin banyak keputusan investasi yang mereka buat. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, dengan koefisien 0,385 dan nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa membuat keputusan investasi yang lebih rasional jika mereka memahami dan mengelola keuangan. Literasi keuangan adalah faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan investasi.

**Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

**Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744 <sup>a</sup>	0,553	0,544	2,47981

**a. Predictors: (Constant), X1, X2**

**b. Dependent Variable: Y**

Sumber : Data Primer diolah SPSS V.27 (2026)

Berdasarkan Hasil Uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa variabel Y memiliki hubungan yang erat dengan variabel X1 dan X2, dan nilai R adalah 0,744. Selain itu, ada bukti bahwa variabel X1 dan X2 dapat memberikan kontribusi 55,3% pada variabel Y, sementara komponen tambahan yang tidak dimasukkan dalam model memberikan dampak sisa 44,7%. Akibatnya, Kesimpulannya bahwa hubungan antara variabel tertentu dapat dijelaskan dengan cukup dengan model regresi yang digunakan.

### **Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki pilihan investasi media sosial yang lebih baik, dengan nilai t hitung 2,478 dan nilai signifikansi 0,015, yang sama dengan 0,05. Semakin sering siswa mencari informasi tentang investasi di media sosial, semakin sering mereka membuat keputusan investasi.

Dalam perspektif Theory of Planned Behavior, media sosial dapat dijelaskan melalui aspek subjective norm, yaitu pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku individu. Konten investasi yang tersebar di media sosial, seperti rekomendasi influencer keuangan, tren investasi saham maupun kripto, serta pengalaman investor lain, dapat membentuk persepsi mahasiswa mengenai pentingnya melakukan investasi. Kondisi tersebut mendorong munculnya tekanan sosial maupun dorongan psikologis untuk ikut berinvestasi agar tidak tertinggal tren di lingkungan sekitarnya.

Selain itu, media sosial memengaruhi sikap dan perilaku investasi. Dengan memberikan informasi tentang investasi yang menarik dan mudah dipahami, mahasiswa percaya bahwa investasi adalah aktivitas yang menarik dan bermanfaat bagi generasi muda. Namun, literasi keuangan dan pengaruh media

## **Neng Dea Ananda Lusiana, Dheri Febiyani Lestari**

Pengaruh Media Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya

sosial tidak lebih dominan dalam penelitian ini. Ini menunjukkan bahwa informasi dari media sosial belum tentu sepenuhnya menghasilkan keputusan investasi yang logis karena beberapa informasi bersifat spekulatif, dipengaruhi tren, dan tidak selalu benar.

Hasil penelitian Rohman dan Safih (2024), Hasanudin (2023), dan Ayu dan Bayu (2022), yang menunjukkan bahwa keputusan investasi dipengaruhi oleh media sosial, sejalan dengan penelitian ini. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa seberapa baik seseorang menyaring dan menilai informasi yang mereka terima sangat bergantung pada pengaruh media sosial. Media sosial bukan hanya sumber informasi; itu juga merupakan faktor sosial yang memengaruhi pilihan investasi dan niat mahasiswa.

### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan mahasiswa Gen Z di Tasikmalaya berdampak positif dan signifikan pada keputusan investasi mereka. Ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,385, nilai t hitung sebesar 4,705, dan tingkat signifikansi 0,000 di bawah 0,05. Seperti yang ditunjukkan oleh tingkat keberhasilan yang lebih tinggi daripada media sosial, pengetahuan keuangan merupakan komponen yang paling penting dalam membuat keputusan investasi.

Menurut Theory of Planned Behavior, literasi keuangan terkait dengan persepsi kontrol perilaku, yaitu keyakinan seseorang bahwa mereka dapat berperilaku dengan cara tertentu. Ketika mahasiswa memiliki pemahaman keuangan yang baik, mereka cenderung merasa lebih mampu mengelola dana mereka, memahami risiko investasi, dan memilih instrumen investasi yang tepat. Ketika seseorang melihat kemampuan mereka, mereka menjadi lebih yakin dalam membuat keputusan investasi yang masuk akal.

Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik lebih mampu menganalisis informasi tentang investasi dan tidak mudah terpengaruh oleh tren investasi sesaat di media sosial. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan membantu mengontrol perilaku

investasi, yang memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih terukur dan mempertimbangkan risiko jangka panjang saat melakukan keputusan investasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratiwi (2023), Sunandes dan Meifilina (2024), Panji dan Wafiroh (2022), dan Wayan et al. (2025), yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan sangat penting untuk membuat keputusan investasi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa, meskipun banyak informasi tentang investasi tersedia di era digital, orang yang kurang memahami keuangan tidak dapat membuat keputusan investasi yang baik. Oleh karena itu, sangat penting bagi Generasi Z untuk belajar lebih banyak tentang keuangan agar mereka dapat membuat perilaku investasi yang lebih bijak dan bertanggung jawab.

## Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sehingga seluruh hipotesis penelitian dapat diterima. Literasi keuangan menjadi faktor yang paling dominan, yang menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa dalam mengelola dan memahami keuangan sangat menentukan kualitas keputusan investasi yang diambil.

Secara teoritis, penelitian ini mendukung Theory of Planned Behavior (TPB), yang berpendapat bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan dan informasi yang mereka miliki sebelum membuat keputusan. Studi menunjukkan bahwa informasi tentang investasi dan keuangan yang diperoleh

## **Neng Dea Ananda Lusiana, Dheri Febiyani Lestari**

Pengaruh Media Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya

mahasiswa dari media sosial memengaruhi pilihan investasi mereka. Akibatnya, penelitian ini membantu mengembangkan penelitian perilaku keuangan, khususnya tentang cara Generasi Z melakukan investasi di era teknologi.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya mempelajari lebih banyak tentang keuangan dan menggunakan media sosial dengan cermat untuk mendapatkan informasi tentang investasi. Saat membuat keputusan investasi, mahasiswa yang memahami keuangan yang baik cenderung lebih terencana dan rasional. Oleh karena itu, institusi pendidikan dan pihak terkait harus meningkatkan pelatihan keuangan digital untuk membantu Generasi Z membuat keputusan investasi yang lebih baik. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang perilaku investasi mahasiswa, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mempelajari aspek seperti psikologi, tingkat pendapatan, pengalaman investasi, dan faktor lainnya.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa Generasi harus belajar lebih banyak tentang investasi melalui seminar, pelatihan, dan konten media sosial untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang investasi. Ini akan membantu mereka membuat keputusan investasi yang lebih rasional dan tidak hanya mengikuti tren yang sedang berkembang. Selain itu, mereka harus lebih selektif dalam memilih informasi tentang investasi yang mereka peroleh dari sumber media sosial karena mereka harus mempertimbangkan risiko dan kredibilitas sumber tersebut.

Bagi lembaga pendidikan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang keuangan memengaruhi keputusan investasi. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus meningkatkan program pendidikan keuangan mereka dengan memberikan mata kuliah, workshop, dan seminar tentang investasi yang dikombinasikan dengan pengembangan media digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan responden yang hanya berfokus pada mahasiswa Generasi Z di Tasikmalaya dan penggunaan variabel media sosial serta literasi keuangan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya

disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, menambah jumlah responden, serta memasukkan variabel lain seperti motivasi investasi, pendapatan, perilaku keuangan, atau faktor psikologis agar hasil penelitian lebih komprehensif. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode kualitatif atau mixed method untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku investasi Generasi Z.

## Daftar Pustaka

- Agustin, L., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estat Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 1251–1267. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Anita, N., & Naryoto, P. (2024). *Pengaruh Financial Literacy Dan Media Sosial , Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal Variabel Mediasi ( Studi Pada Generasi Z di Wilayah Jakarta Utara )*. 1(1), 355–370.
- Ayu, L., & Bayu, C. (2022). *Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z*. 10.
- Cholid, I. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan , Kualitas Informasi dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Berinvestasi Pasar Modal Mahasiswa di Sumatera Selatan*. 4, 1–9.
- Dekrijanti, I., Bawono, M., Moelyono, I. W., & Yudiana, Y. V. (2023). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Mutiara Madani*, 11(1), 33–42. <https://doi.org/10.59330/ojsmadani.v11i1.148>
- Haekal, F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM Di Kota Palopo. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo*, 1–48.
- Hasanudin, H. (2023). *The Role Of Social Media In Influencing Investment*. 3(01),

124–130.

Kartini, T., & Mashudi, U. (2022). Literasi Keuangan (Financial Literacy) Mahasiswa Indekos Calon Pendidik Ekonomi Fkip Universitas Jember. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 10(2), 154–164. <https://doi.org/10.24127/pro.v10i2.6648>

Lestari, C. V., Lubis, T. A., & Solikhin, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Karyawan Perum Bulog Kanwil Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 28–37. <https://repository.unja.ac.id/21359/>

Lestari, S. P., Unsurya, D. M., & Pusat, J. (2023). *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*. 13, 83–91.

Panji, M., & Wafiroh. (2022). *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang )*. 8, 200–206.

Pratiwi, S., Seswandi, A., & Devi, D. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Dengan Life Style Sebagai Variabel Moderasi di Kota Pekanbaru*. 2(2), 189–198.

Reysa, R., Zen, A., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Pada Pedagang Di Pasar Baru Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2909–2919. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.924>

Rohman, A., & Safih, A. R. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Saham di Kalangan. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 366–373. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

Sunandes, A., & Meifilina, A. (2024). Analisis Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi dengan Moderasi Kemajuan Teknologi pada Generasi Z. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 9(1), 109–119.

Trisuci, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kesejahteraan Keuangan Melalui Pengelolaan Keuangan Keluarga Pada Usaha Mikro Kabupaten Batang Hari. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(1), 181–193.

Utami, A. R., & Dara, S. R. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta*. 8(4).

Wayan, N., Safitri, N., Gede, L., Adi, E., & Siagian, R. A. (2025). *Investment Decisions Among Millennials and Generation Z: The Role of Education , Financial Literacy , and Instagram Content*. 10(1), 37–49.