

# ANALISIS PENGETAHUAN KEUANGAN DAN PERAN INFLUENCER DENGAN MENGGUNAKAN METODE EKSPERIMEN

*Analysis of Financial Knowledge and the Role of Social Media Influencers on Generation Z Using Experimental Methods*

Nadiya Aisa Sanusi Aminta<sup>1,a)</sup>, Paulina Y. Amtiran<sup>2,b)</sup>, Wehelmina M. Ndoen<sup>3,c)</sup>, Petrus E. de Rozari<sup>4,d)</sup>

<sup>1,2,3,4)</sup> Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

**Koresponden :** <sup>a)</sup> nadiyaaisanusi@gmail.com, <sup>b)</sup> paulinaamtiran@staf.undana.ac.id, <sup>c)</sup> wehelminandoen@staf.undana.ac.id, <sup>d)</sup> petrus.rozari@staf.undana.ac.id

## ABSTRAK

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan dan peran influencer keuangan terhadap keputusan investasi. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di Kelurahan Fatululi yang sudah memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 110 responden dan menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Dari hasil pengujian disimpulkan pengetahuan keuangan dan peran influencer keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Pengetahuan keuangan yang ditingkatkan melalui eksperimen berhasil meningkatkan keputusan generasi Z dalam memutuskan untuk berinvestasi serta bantuan dari media influencer social media dengan menggunakan role model Felicia Putri Tjiasaka dan penjelasan yang dilakukan peneliti berhasil membuat peran influencer social media juga berkontribusi terhadap keputusan investasi.

**Kata Kunci :** Generasi Z, Influencer, Keputusan Investasi, Pengetahuan Keuangan, Social Media

## PENDAHULUAN

Pada waktu sekarang, banyak orang tengah terlibat dalam aktivitas investasi. Berdasarkan data dari Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), investasi yang terealisasi pada Kuartal II tahun 2023 mencapai Rp349,8 triliun, mengalami peningkatan sebesar 6,3% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya dan naik 15,7% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2022. Selanjutnya, Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), ada sekitar 11,5 juta investor individual di pasar modal Indonesia per Agustus 2023 dan sebanyak 57,04% di antaranya berusia 30 tahun ke bawah, dan 23,27% berusia antara 31-40 tahun di mana hal ini menunjukkan investor pasar modal nasional didominasi kelompok Generasi Z dan milenial. Pada umumnya, Generasi Z sudah memiliki pemahaman tentang produk keuangan melalui pengalaman mereka, meskipun sebagian besar dari mereka belum secara aktif terlibat langsung dengan produk keuangan, seperti investasi (Prabowo, 2022). Meskipun mereka sudah tahu atau memahami produk keuangan, Generasi Z juga membutuhkan pengetahuan keuangan yang baik dan partisipasi aktif dalam investasi. Menurut Nurhidayah (2018) Pengetahuan keuangan adalah suatu sistem yang menilai sejauh mana individu memahami dan memiliki keterampilan untuk mengelola aset yang dimilikinya dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan. Dengan memiliki pengetahuan keuangan yang baik, seseorang

dapat lebih efektif mengelola asetnya dan mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Melalui pengetahuan keuangan yang baik, Generasi Z dapat mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan pribadi mereka dengan lebih efektif. Ini mencakup pemahaman tentang investasi, pengelolaan utang, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Menurut Alhudori (2018) investasi yaitu melibatkan pemberian suatu hal kepada orang lain dengan maksud agar hal tersebut dikembangkan, dan hasil dari perkembangan tersebut akan dibagikan sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat. Dengan kata lain, investasi melibatkan komitmen sumber daya untuk memperoleh keuntungan di masa depan, dan pembagian hasilnya tergantung pada kesepakatan kontraktual. Secara umum, investasi dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yakni investasi pada aset keuangan dan investasi pada aset riil. Aset keuangan diperoleh melalui lembaga keuangan seperti perbankan dan pasar modal, seperti deposito, saham, dan sukuk. Sementara itu, aset riil mencakup benda-benda tidak bergerak atau aset tetap, seperti tanah, properti, logam mulia, dan pabrik atau perusahaan (Hayati, 2016). Selanjutnya, menurut Kumalasari et al. (2016) dari berbagai instrumen di pasar modal, saham menjadi investasi yang sangat diminati oleh investor karena mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Saham adalah instrumen keuangan yang dapat diperdagangkan, berisi bukti kepemilikan seseorang atau entitas dalam suatu perusahaan terbatas. Dengan memiliki saham, individu atau badan usaha memiliki hak tertentu terhadap perusahaan, seperti hak atas dividen dan hak suara dalam keputusan perusahaan (Paradiba & Nainggolan, 2015).

Dalam mengambil keputusan investasi generasi Z, perlu mempertimbangkan tingkat pengetahuan keuangan, ketersediaan informasi yang transparan, kepercayaan pada influencer media sosial, dan faktor-faktor lainnya agar terhindar dari insiden investasi bodong. Masalah yang sering dihadapi oleh Generasi Z termasuk kekhawatiran terhadap masalah finansial di mana Generasi Z sering merasa cemas mengenai ketidakstabilan keuangan mereka pada awal karir. Selain itu, karena terpengaruh oleh tren, banyak yang berusaha mengejar gaya hidup mewah serta pengelolaan keuangan yang kurang baik pada Generasi Z sehingga semuanya ingin diraih secara instan Anggarini et al. (2021). Menurut Fitriyani (2021) Influencer adalah individu di media sosial yang, dalam pertukaran promosi produk atau merek, dibayar dengan produk, perjalanan gratis, dan/atau bayaran tunai oleh suatu brand atau produk kepada pengikutnya. Generasi Z cenderung mengandalkan pandangan dan rekomendasi dari influencer yang mereka ikuti di media sosial saat membuat keputusan pembelian. Artinya, semakin influencer tersebut memiliki jumlah pengikut yang besar maka semakin besar juga dia bisa mempengaruhi Generasi Z. Perkembangan digitalisasi membantu Generasi Z memperbaiki keuangan merupakan peran influencer *social* media. Salah satu influencer *social* media yang secara khusus membahas tentang keuangan yaitu Felicia Putri Tjiasaka. Berdasarkan data dari YouTube, Felicia Putri Tjiasaka memiliki jumlah *subscribers* mencapai 1.280.000 dan telah mengunggah total 714 video di platform media sosial YouTube. Konten yang diunggah oleh Felicia Putri Tjiasaka adalah konten yang memiliki jenis edukasi tentang keuangan lebih khususnya pada instrumen investasi. Instrumen investasi yang paling sering dibahas adalah saham. Salah satu konten yang paling populer dari kanal YouTube Felicia Putri Tjiasaka adalah investasi saham dari nol. Dalam video ini, Felicia Putri Tjiasaka memberikan panduan lengkap dan mudah dipahami bagi pemula yang ingin memulai investasi di pasar saham. Dia membahas konsep dasar investasi saham, strategi investasi yang efektif, serta tips-tips praktis untuk mengelola portofolio investasi secara bijak.

Hasil Penelitian dari Lathifah & Garbo (2022) pada hipotesis pertama dan kedua setelah dilakukan pengujian memberikan bukti bahwa pengetahuan investasi (X1) dan peran social media influencer (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap minat investasi Generasi Z ditengah pandemi Covid-19 di Indonesia. Terkait. Selanjutnya, hasil penelitian dari Fitriyah (2023) menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan keuangan, transparansi informasi dan influencer sosial media memiliki hubungan positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi reksadana. Penggunaan variabel FOMO dalam penelitian ini memberikan hasil berupa adanya peran FOMO dalam memoderasi hubungan antara pengetahuan keuangan, transparansi informasi dan influencer sosial media dengan keputusan investasi reksadana. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2023 mencatat jumlah investor saham di Provinsi Nusa Tenggara Timur mengalami peningkatan 17,19 persen dari akhir 2022 sebanyak 18.250 investor menjadi 21.387 investor pada Juni 2023 atau semester I 2023. Selanjutnya, mayoritas investor di NTT berasal dari kalangan pelajar atau Generasi Z, mencapai 33% atau sekitar 7.032 individu, dan pegawai swasta, yang menyumbang 27% atau sekitar 5.829 orang (Pratiwi, 2023). Pada Kelurahan Fatululi, Kota Kupang terdapat sebanyak 4.686 Generasi Z. Dari pengamatan awal yang telah dilakukan terdapat 150 Generasi Z yang sudah mengikuti atau yang sudah *subscribe* Felicia Putri Tjiasaka artinya 3.19% dari jumlah Generasi Z di Kelurahan Fatululi. Selanjutnya, Generasi Z di Kelurahan Fatululi belum memiliki pengetahuan yang baik tentang keuangan. Generasi Z di kelurahan fatululi merupakan mereka yang datang dari kalangan pelajar yang belum memiliki pendapatan yang tetap dan mempunyai prioritas pengelolaan keuangan untuk kebutuhan sehari-hari yang membuat mereka belum tertarik untuk melakukan investasi. Selain itu, ketidaktertarikan mereka terhadap konten di media *social* terutama pada konten edukasi terlebih lagi tentang keuangan yang dianggap sulit karena terdapat perhitungan yang rumit sehingga minat mereka untuk melakukan investasi kurang.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*)

Analisis berinvestasi yang menggabungkan ilmu psikologi dan ilmu keuangan, dikenal sebagai perilaku keuangan atau Behavioral Finance, mencerminkan pengaruh faktor psikologis dalam proses berinvestasi dan hasil yang mungkin dicapai (Manurung, 2012). Selanjutnya, Manurung (2012) menjelaskan bahwa Perilaku keuangan adalah suatu pendekatan yang menjelaskan bagaimana keputusan investasi atau interaksi manusia dengan keuangan dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis. Menurut Upadana & Herawati (2020), Perilaku keuangan adalah tanggapan individu terhadap informasi keuangan. Cara individu bertindak atau mengambil keputusan keuangan dipengaruhi oleh informasi yang mereka pahami mengenai aspek-aspek keuangan. Pengaruh dari perilaku keuangan adalah memberikan pemahaman agar individu dapat mengelola dan mengontrol pengeluaran secara bijaksana sesuai dengan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Hidayat & Paramita, 2022). Tujuan dari pengelolaan ini adalah untuk memastikan bahwa pengeluaran sesuai dengan pendapatan yang dimiliki, sehingga kebutuhan hidup dapat terpenuhi dengan baik.

### Keputusan Investasi

Investasi adalah tindakan mengalokasikan sejumlah sumber daya atau modal pada saat ini dengan maksud untuk mendapatkan hasil yang menguntungkan di waktu yang akan datang

(Handini & Astawinetu, 2020). Selanjutnya, Mulyana et al. (2019) Investasi merupakan data yang telah diolah mengenai keputusan untuk mengalokasikan sumber daya dengan tujuan memperoleh keuntungan di waktu yang akan datang, sebagai ganti dari waktu dan risiko yang terlibat dalam investasi tersebut. Menurut Rakhimsyah & Gunawan, (2011) Investasi adalah tindakan mengorbankan aset yang dimiliki saat ini dengan tujuan untuk memperoleh aset di masa depan dengan nilai yang lebih tinggi. Dalam investasi, seseorang atau entitas mengalokasikan sebagian aset atau sumber daya yang dimiliki saat ini (seperti uang, properti, atau aset finansial) dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau aset yang lebih besar di masa yang akan datang. Investasi merupakan alokasi sejumlah dana atau sumber dana lainnya oleh suatu perusahaan, bertujuan untuk meningkatkan kekayaan melalui penerimaan hasil investasi seperti bunga, royalti, dan dividen, dengan harapan memperoleh tambahan atau keuntungan atas dana tersebut di masa mendatang (Tumewu, 2019). Perusahaan melakukan investasi dengan harapan bahwa pada masa yang akan datang, mereka dapat memperoleh tambahan atau keuntungan dari dana yang telah diinvestasikan tersebut. Dari pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa investasi merupakan keputusan strategis untuk mengalokasikan sumber daya atau modal dengan harapan mendapatkan hasil yang menguntungkan di masa depan. Proses ini melibatkan pengorbanan aset saat ini dengan tujuan memperoleh aset di masa mendatang yang memiliki nilai lebih tinggi. Baik untuk individu maupun perusahaan, investasi juga melibatkan alokasi dana dengan maksud untuk meningkatkan kekayaan melalui penerimaan hasil investasi seperti bunga, royalti, dan dividen.

Menurut Putri & Rahyuda (2017) Indikator yang dapat membentuk variabel dalam pengambilan keputusan investasi adalah :

1. Keputusan Investasi Untuk Jangka panjang
2. Untuk Pengembangan Modal
3. Untuk Mengurangi Risiko

Selanjutnya, Menurut Wulandari & Iramani (2014) Indikator keputusan investasi yaitu:

1. Penggunaan pendapatan untuk investasi yang berisiko
2. Investasi tanpa pertimbangan
3. Investasi tanpa jaminan

## **Saham**

Saham adalah instrumen keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan berbentuk perseroan terbatas, yang dinyatakan sebagai bukti kepemilikan atas perusahaan yang mana individu yang membeli saham menjadi pemilik perusahaan tersebut (Budiantara, 2012). Sementara itu, menurut Putri (2015) Saham adalah satuan atau nilai pembukuan dalam berbagai instrumen keuangan yang mencerminkan bagian kepemilikan dalam suatu perusahaan, dimana merupakan instrumen pasar keuangan yang paling populer, dimana dengan memiliki saham pemilik akan mendapatkan keuntungan dan kerugian dari saham tersebut. Menurut Paningrum (2022) Saham adalah bentuk penanaman modal melalui pembelian saham (surat berharga) dari suatu perusahaan. Sementara menurut Suryaman & Hindriari (2021) saham adalah bukti kepemilikan atas suatu perusahaan yang berbentuk kertas, dengan nilai nominal, mencantumkan nama perusahaan, serta hak dan kewajiban bagi pemegangnya. Dari beberapa penjelasan, saham merupakan instrumen keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan berbentuk perseroan terbatas. Ini berfungsi sebagai bukti kepemilikan atas perusahaan, dan pemegang saham menjadi pemilik

sebagian kecil dari perusahaan tersebut. Saham mencerminkan bagian kepemilikan dalam perusahaan dan merupakan instrumen pasar keuangan yang populer. Pemegang saham memiliki potensi mendapatkan keuntungan dari saham tersebut, seperti dividen, tetapi juga berpotensi mengalami kerugian jika nilai saham turun.

### **Pengetahuan Keuangan**

Menurut Pritazahara & Sriwidodo (2015), Pengetahuan Keuangan merujuk pada pemahaman tentang konsep-konsep dasar keuangan, melibatkan pemahaman tentang topik seperti bunga majemuk, perbedaan antara nilai nominal dan nilai riil, pengetahuan dasar tentang diversifikasi risiko, nilai waktu dari uang, dan sebagainya. Selanjutnya, Kemampuan dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk keterampilan dalam mengatur, mengelola, dan merespons risiko dari sumber daya keuangan yang tersedia, membentuk esensi dari pengetahuan keuangan untuk mencapai keputusan keuangan yang optimal (Purnama & Simarmata, 2021). Sedangkan menurut Brilianti & Lutfi (2020) pengetahuan keuangan merupakan salah satu sumber daya kapital yang dimiliki oleh individu, selain kecerdasan intelektual, yang memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan seseorang. Dari pendapat beberapa ahli maka dapat dijelaskan bahwa pengetahuan keuangan adalah pemahaman tentang prinsip-prinsip dasar keuangan, mencakup topik seperti bunga majemuk, perbedaan nilai nominal dan nilai riil, diversifikasi risiko, dan nilai waktu dari uang. Kemampuan untuk mengambil keputusan keuangan, termasuk keterampilan mengelola risiko dan sumber daya keuangan, menjadi inti dari pengetahuan keuangan untuk mencapai keputusan keuangan yang optimal. Ini merupakan sumber daya kapital bersama dengan kecerdasan intelektual yang berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan individu.

Menurut Ukhriyawati et al. (2022), Indikator pengetahuan keuangan terbagi menjadi tiga, antara lain :

1. Pengetahuan Pengelolaan/ Manajemen Keuangan
2. Pengetahuan Tentang Perencanaan Keuangan
3. Pengetahuan Tentang Pengeluaran Dan Pemasukan

### **Peran Influencer Media Social**

Influencer adalah individu yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi keputusan pembelian orang lain melalui pandangan, nasihat, atau pendapat yang mereka sampaikan (Nasution & Darma, 2021). Selanjutnya, menurut Pahlevi (2021) influencer adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi orang lain melalui perkataannya yang mana mereka biasanya memiliki jaringan sosial yang luas dan banyak pengikut, sehingga memiliki daya pengaruh yang signifikan terhadap minat dan keputusan beli orang lain. Menurut Tazkia & Wijayanti (2022) *Influencer* keuangan memberikan saran atau rekomendasi investasi di pasar modal berdasarkan pengalaman pribadi mereka, tetapi saran yang diberikan oleh seorang influencer keuangan tidak selalu diikuti begitu saja oleh pengikutnya. Selanjutnya, Tazkia & Wijayanti (2022) menjelaskan bahwa seorang influencer keuangan secara tidak langsung adalah seorang financial advisor. Meskipun tidak secara resmi atau langsung berperan sebagai penasihat keuangan, memiliki pengaruh besar dalam memberikan informasi, saran, dan wawasan keuangan kepada audiensnya. Mereka dapat berbagi pengetahuan tentang investasi, pengelolaan keuangan, atau strategi keuangan lainnya melalui platform media sosial atau konten online mereka. Meskipun mereka bukan penasihat keuangan berlisensi, pengikut mereka

sering mencari pandangan dan saran keuangan dari influencer ini, sehingga secara tidak langsung, influencer keuangan memiliki peran serupa dengan seorang penasihat keuangan dalam memberikan wawasan keuangan kepada masyarakat..Menurut Utomo et al. (2017), Indikator informasi terdapat tiga indikator, antara lain:

1. Kelengkapan Informasi
2. Penyajian Informasi (*format*)
3. Informasi yang Akurat (*accurate*)

Selanjutnya, menurut Solis & Webber (2012) Menyatakan indikator dari Influencer Social Media, antara lain:

1. Jangkauan (*Reach*)
2. Relevansi (*relevance*)

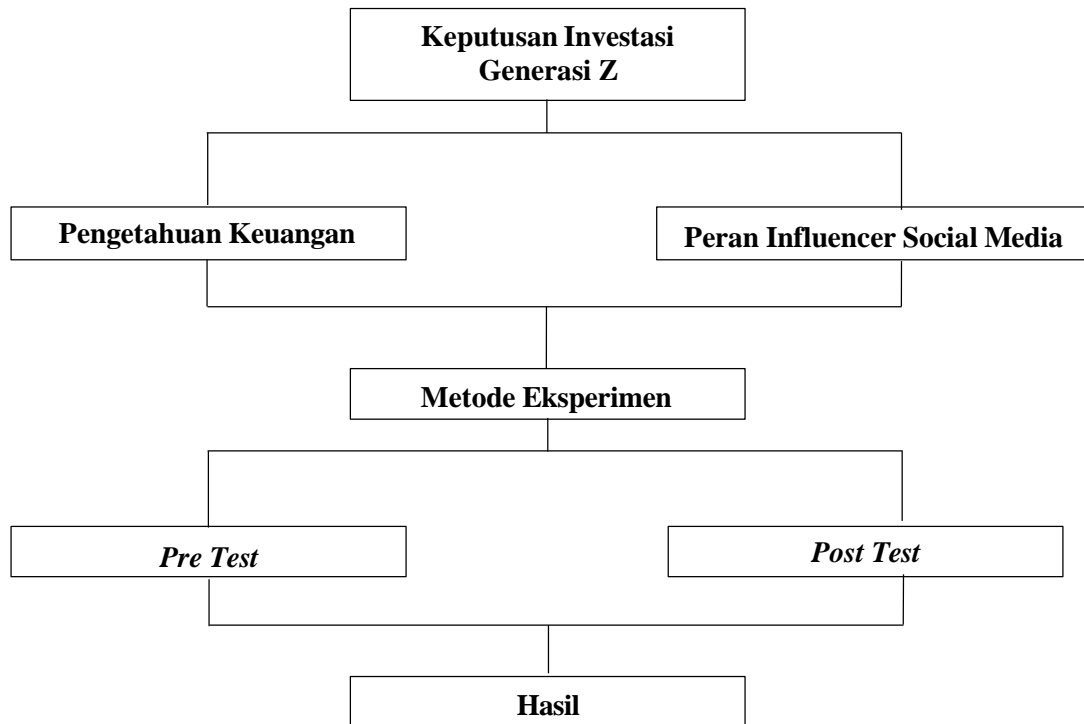
Menurut (Firmansyah et al., 2024), indikator influencer social media terbagi menjadi lima bagian, yaitu:

1. *Thustworthiness* (dapat dipercaya)
2. *Expertise* (Keahlian)
3. *Attractiveness* (daya tarik fisik)
4. *Respect* (Kualitas dihargai)
5. *Similarity* (Kesamaan)

### **Generasi Z**

Menurut Hastini et al. (2020) Generasi Z adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1995-2010. Selanjutnya, Zis et al. (2021) Generasi Z adalah istilah yang merujuk kepada individu yang lahir setelah tahun 1995. Sementara itu Subowo (2021) Generasi Z merupakan kelompok yang secara aktif terlibat dalam isu-isu sosial terkini dan responsif terhadap perkembangan terbaru dalam lingkungan sekitar mereka. Generasi Z merupakan generasi yang terpengaruh oleh teknologi, mereka telah mengenal internet dan web sejak usia dini yang pengenalan mereka terhadap media sosial telah dimulai sejak masa kecil Fitriyani (2018). Pemaparan awal terhadap teknologi ini dapat memberikan dampak pada cara mereka berinteraksi dengan dunia digital dan media sosial sepanjang hidup mereka.

## Kerangka Berpikir



**Gambar 1.**  
Kerangka Berpikir

Dari gambar 1 dapat diketahui bahwa Generasi Z di Kelurahan Fatululi merupakan subjek pada penelitian ini yang mana terdapat dua variabel yaitu pengetahuan keuangan dan peran influencer social media akan menjawab tujuan dari penelitian ini yaitu pengaruh variabel tersebut terhadap keputusan investasi. Pada penelitian ini menggunakan metode eksperimen yang terbagi menjadi dua bagian yaitu *pre test* dan *post test*, akan dibandingkan hasil keduanya yang nanti akan menjadi parameter jawaban dari tujuan penelitian ini. Setelah hasilnya menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan maka akan menjawab variabel Pengetahuan Keuangan dan peran Influencer Social Media yang mana kedua variabel tersebut memiliki korelasi dengan variabel Keputusan Investasi Generasi Z di Kelurahan Fatululi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksperimen. Menurut Ratminingsih (2010) Penelitian eksperimen merupakan metode penelitian yang berusaha menemukan korelasi sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Pada metode ini, variabel bebas dikendalikan dan dimanipulasi untuk menentukan dampak yang mungkin timbul pada variabel terikat. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksperimen Pra-Eksperimental (*Pre-Experimental Design*) yaitu penelitian eksperimental secara umum, walaupun tidak melibatkan kelompok kontrol. Jenis yang termasuk dalam kategori pra-eksperimental mencakup Studi Kasus Satu Tembakan (*The One Shot Case Study*), Satu Kelompok Prates-Postes (*The One Group Pretest-Posttest*), dan Perbandingan Kelompok Statis (*The Static Group Comparison*) (Ratminingsih, 2010). Diagram untuk ketiga jenis desain pra-eksperimental tersebut dapat diilustrasikan dalam tabel 1 sebagai berikut: (Ratminingsih, 2010)

**Tabel 1.**  
Jenis Desain Pra-Eksperimental

Jenis	Deskripsi
<i>One Shot Case Study</i>	X O2
<i>One Group Pretest-Posttest Study</i>	O1 X O2
<i>Static Group Comparison Study</i>	X O2
	O2

Sumber : Data diolah, 2024

Keterangan:

X = Perlakuan

O1 = Pretest

O2 = Posttest

Pada penelitian ini menggunakan diagram *One Group Pretest-Posttest Study* yang nanti akan dilakukan pada Generasi Z di kelurahan Fatululi.

## PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

### Deskripsi data *Pre Test* (Tahap 1)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan pengetahuan keuangan dari Generasi Z di kelurahan Fatululi demi memnuhi syarat dari sampel purposive yaitu mengetahui tentang investasi dan instrumen saham. Dari hasil *pre test* yang dilakukan kepada 110 responden, terdapat empat soal yang diberikan kepada responden dengan masing-masing soal mempunyai poin sebesar 25 untuk. Berikut tabel 2 adalah klasifikasi hasil data *pre test*:

**Tabel 2.**  
Klasifikasi Hasil Data *Pre Test*

No	Interval	Kategori	F	%
1	0-25	BT	86	78.1
2	26-50	MT	13	11.8
3	51-75	T	8	7.3
4	76-100	ST	3	2.8

Sumber : Data diolah, 2024

Dari tabel 2, dapat dinyatakan bahwa pada data *pre test*, banyak responden yang belum mengetahui pengetahuan keuangan secara baik. Menurut Lagousi (2015), pada tahap *pre test*, merupakan tahap awal yang biasanya banyak dari mereka yang belum terampil atau sama sekali semuanya belum terampil. Dapat dilihat pada tabel 2 bahwa masih sangat sedikit responden yang belum terampil atau memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Hanya terdapat 3 responden yang sangat terampil atau hanya sekitar 2.8% saja yang berasal dari 3 jenjang pendidikan yang berbeda yaitu S1, D3, dan SMA. Jawaban yang sempurna atau yang memiliki nilai 100 dari 3 responden tersebut karena mereka terbiasa menonton konten keuangan salah satunya influencer social media Felicia Putri Tjiasaka yang membuat mereka bisa menjawab dengan baik. Sedangkan mereka yang belum terampil atau salah dalam menjawab semua pertanyaan pada *pre test* yang dilakukan peneliti, mereka tidak terbiasa melihat konten yang berkaitan dengan keuangan walaupun mereka sudah *subscribe* influencer social media Felicia Putri Tjiasaka sehingga banyak istilah-istilah keuangan yang baru mereka belum ketahui. Ini



menunjukkan bahwa pada tahap 1 ini, peserta diharapkan untuk memiliki tingkat keterampilan yang beragam, dan tahap ini digunakan untuk menilai atau mengukur tingkat awal dari pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh peserta sebelum dilakukan tahapan selanjutnya.

### **Pelaksanaan Perlakuan/Treatment**

Setelah subjek penelitian ditetapkan, langkah berikutnya adalah merencanakan penerapan perlakuan atau treatment menggunakan media influencer social media yaitu Felicia Putri Tjiasaka melalui konten *youtube*. Treatment hanya dilakukan satu kali saja dengan memberikan materi mencakup topik investasi, termasuk instrumen-instrumen apa saja yang ada dalam investasi melalui *channel youtube* Felicia Putri Tjiasa. Data pretest menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan Generasi Z Kelurahan Fatululi masih kurang, sehingga peneliti memutuskan untuk menjalankan *treatment* sebagai langkah berikutnya seperti yang dijelaskan di bawah ini:

#### 1. Perencanaan

Langkah awal sebelum melakukan penelitian lapangan adalah merancang rencana yang akan diimplementasikan, sehingga pelaksanaan treatment dapat berjalan dengan lancar dan mencapai hasil yang diharapkan. Pada *treatment* yang ditunjukkan pada tabel 4.3 kali ini, peneliti akan membagi 4 hari dengan jumlah responden sebagai berikut:

**Tabel 3.**

Jadwal Pertemuan Responden	
Jumlah Responden	Waktu
30	13 April 2024
30	14 April 2024
30	20 April 2024
20	21 April 2024

*Sumber : Data diolah, 2024*

Adapun bentuk kegiatan yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a. Mempersiapkan media berupa konten dari influencer Felicia Putri Tjiasaka yang khusus membahas tentang dasar-dasar investasi
- b. Bentuk Pelaksanaan *treatment* dilakukan dengan cara nonton bersama dengan para responden
- c. Setelah nonton bersama, dilanjutkan dengan penjelasan oleh peneliti dari video yang telah ditonton

#### 2. Pelaksanaan

Setelah peneliti merumuskan rencana treatment, langkah selanjutnya adalah melaksanakan kegiatan pertama pada tanggal yang terdapat pada tabel 3. Pada treatment ini peneliti akan menayangkan video dari influencer social media Felicia Putri Tjiasaka dengan waktu penayangan 5 menit. Setelah itu, peneliti akan menjelaskan lanjut isi dari video tersebut agar responden lebih memahaminya. Selanjutnya, peneliti akan membuka sesi tanya jawab agar responden lebih mendalami materi tersebut.

#### 3. Evaluasi

Evaluasi hasil akan menjadi dasar untuk memperjelas gambaran *treatment* pada tahap berikutnya. Dari gambaran *treatment* tersebut, terlihat bahwa masih ada anak yang belum menguasai keterampilan secara sempurna dan masih ada yang lupa dengan langkah-langkah selanjutnya yang harus dilakukan. Adapun data dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

**Tabel 4.**  
Klasifikasi Hasil Data *Treatment*

No	Interval	Kategori	F	%
1	0-25	BT	43	39.1
2	26-50	MT	26	23.6
3	51-75	T	16	14.6
4	76-100	ST	25	22.7

Sumber : Data diolah, 2024

Pada tabel 4 dapat terlihat adanya peningkatan. Hampir sebagian responden sudah memiliki keterampilan dalam pengetahuan mereka yang memiliki arti bahwa *treatment* yang dilakukan berhasil. Menurut Isnawan et al. (2020) *treatment* yang diberikan ini sering digunakan ketika seorang peneliti ingin menciptakan suatu instrumen atau kerangka pembelajaran. *Treatment* yang dilakukan peneliti berhasil karena terdapat peningkatan yang signifikan pada mereka yang sudah terampil dari awalnya yang hanya 3 orang sekarang meningkat sampai 25 orang artinya sebagian responden memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Selanjutnya mereka yang belum terampil masih juga terdapat pengurangan yang awalnya mereka pada tahap 1 sebanyak 86 orang dan setelah dilakukan *treatment* berkurang sampai 43 orang saja artinya sudah sebagian mereka yang belum terampil naik ke jenjang selanjutnya yaitu mulai terampil.

#### Deskripsi Data *Post Test*

Setelah selesainya semua kegiatan, responden dievaluasi menggunakan metode yang sama dengan *treatment* yang diberikan, mereka diberikan pemahaman tentang investasi berupa video dari influencer social media yaitu Felicia Putri Tjiasaka dan diberikan penjelasan tambahan. Selanjutnya, terdapat tes akhir atau yang biasa disebut *post test*. Berikut tabel 5 adalah hasil dari data post-test yang diperoleh oleh peneliti:

**Tabel 5**  
Klasifikasi Skor Hasil Data *Post Test*

No.	Interval	Kategori	F	%
1	0-25	BT	0	0
2	26-50	MT	0	0
3	51-75	T	52	47.3
4	76-100	ST	58	52.7

Sumber : Data diolah, 2024

Pada tabel 5 dapat terlihat adanya peningkatan yang signifikan yang menunjukkan bahwa semua responden sudah memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Menurut Banuwa & Susanti, (2021), Secara umum, peserta yang mencatat nilai tinggi pada *pre test* cenderung mengalami peningkatan yang signifikan pada *post test*. Sebaliknya, peserta yang memiliki peningkatan nilai yang minim antara *pre test* dan *post test* kemungkinan besar menunjukkan kinerja yang kurang baik pada *pre test*. Pada Generasi Z di Kelurahan Fatululi, mereka secara bertahap memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Mereka yang sudah mendapatkan skor 100 pada *pre test* pasti nilai mereka akan tetap 100 baik pada *treatment* maupun *post test*. Bisa dilihat pada tabel 5 bahwa semua responden sudah terampil dan sebagian responden sudah terampil artinya memiliki pengetahuan keuangan yang lebih baik dari pada mereka yang hanya terampil. Terampil saja sudah cukup untuk syarat dari sampel pada penelitian ini yaitu memiliki

pengetahuan keuangan yang baik. dari hasil *post test* yang dilakukan didapatkan hasil bahwa seluruh responden pada penelitian ini atau Generasi Z di Kelurahan Fatululi sudah memiliki pengetahuan keuangan yang baik.

### Hasil Penelitian

Penelitian yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Peran Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi Saham Generasi Z di Kelurahan Fatululi Kota Kupang Menggunakan Metode Eksperimen" ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pengetahuan keuangan dan peran influencer social media terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kelurahan Fatululi. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa pengetahuan keuangan dan peran influencer social media berpengaruh terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kelurahan Fatululi. Ini terlihat dari perbandingan *pre test* dan *post test*, di mana hasil *post test* menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan *pre test*. Pengetahuan keuangan, yang mencakup pemahaman tentang pasar saham, risiko investasi, dan strategi diversifikasi, memberikan dasar yang kuat bagi generasi Z untuk membuat keputusan investasi yang lebih baik. Oleh karena itu, pelatihan literasi keuangan yang menekankan pentingnya manajemen investasi bagi generasi Z sangatlah penting (Supriadi et al., 2024). Selain itu, pengetahuan keuangan memberikan kemandirian finansial, memungkinkan individu untuk mengelola keuangan mereka secara mandiri tanpa bergantung pada orang lain, serta membantu mereka mengidentifikasi dan menghindari penipuan keuangan. Pengetahuan ini juga meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan, memungkinkan individu untuk membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan lebih cepat, serta menilai peluang investasi dengan lebih kritis. Pemahaman yang baik tentang keuangan pribadi juga mengurangi stres finansial, karena dengan perencanaan yang tepat dan pengelolaan keuangan yang baik, individu merasa lebih tenang dan percaya diri dalam menghadapi situasi keuangan. Pemahaman tentang Pengetahuan jarang dipelajari oleh Generasi Z di Kelurahan Fatululi. Akibatnya, saat pelaksanaan *pre test*, Generasi Z belum pengetahuan keuangan yang baik. Hal ini terlihat dari klasifikasi hasil data *pre test* hanya 3 responden saja atau 2.8% dari jumlah Generasi Z pada penelitian ini yang mampu mendapatkan nilai yang sempurna, dan terdapat 86 Generasi Z atau 78.1% yang mendapatkan nilai 0 atau tidak ada yang benar dari hasil *pre test* yang dilakukan. Namun, terdapat proses pembelajaran yaitu *treatment* yang dilakukan peneliti dengan menggunakan peran influencer social media dengan role model Felicia Putri Tjiasaka. Dari hasil *treatment* yang dilakukan didapatkan hasil yaitu sebanyak 25 orang yang mandapatkan nilai sempurna atau sebanyak 22.7% dari jumlah responden yang ada artinya dengan melakukan *treatment* berupa pemberian materi dari influencer social media melalui media online yaitu youtube mampu meningkatkan pemahaman keuangan yang baik. Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa peran influencer social media berpengaruh terhadap keputusan investasi.

Peran influencer sosial media juga memainkan peran penting dalam keputusan investasi Generasi Z di Kelurahan Fatululi, sebagaimana yang ditunjukkan dalam penelitian tersebut. Influencer sosial media memiliki kemampuan untuk memengaruhi persepsi, preferensi, dan keputusan pembelian pengikut mereka melalui konten yang mereka bagikan. Selain itu, influencer sosial media memiliki daya tarik yang kuat bagi Generasi Z karena kemampuan mereka untuk menciptakan konten yang relevan, menarik, dan mudah dipahami. Mereka sering menggunakan gaya hidup dan cerita pribadi untuk mengaitkan investasi dengan aspirasi dan

kebutuhan pengikut mereka, menjadikan investasi sebagai bagian dari identitas dan gaya hidup yang diinginkan. Selanjutnya terdapat tahapan terakhir untuk menjawab tujuan dari penelitian ini yaitu tahap *post test*. Hasil *post test* terlihat pada tabel 5 yang mendapatkan hasil yang baik yaitu sebanyak 58 responden yang memiliki nilai yang sempurna atau 52.7% dari jumlah responden dan mereka yang memiliki nilai tidak sempurna tidak ada sama sekali yang mana bisa disimpulkan bahwa seluruh responden sudah memiliki pengetahuan keuangan yang baik sehingga akan memiliki keputusan investasi yang lebih besar.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan mengenai Pengetahuan Keuangan Dan Peran Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi Saham Generasi Z di Kelurahan Fatulili Kota Kupang ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan Keuangan berpengaruh terhadap Keputusan Investasi Saham Generasi Z di Kelurahan Fatulili Kota Kupang. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh Generasi Z di Kelurahan Fatulili, Kota Kupang, semakin cenderung mereka membuat keputusan investasi yang lebih cerdas dan terinformasi mengenai saham.
2. Peran Influencer *Social Media* berpengaruh terhadap Keputusan Investasi Saham Generasi Z di Kelurahan Fatulili Kota Kupang. Ini menunjukkan bahwa pengaruh yang dimiliki oleh influencer di platform media sosial mendorong Generasi Z di wilayah tersebut untuk membuat keputusan investasi yang lebih baik.

### **Saran**

Berdasarkan Kesimpulan di atas berikut adalah saran dari peneliti:

1. Untuk pemerintah terutama di Kelurahan Fatulili, Mengadakan program pendidikan keuangan yang ditujukan khusus untuk Generasi Z di Kelurahan Fatulili, Kota Kupang. Program ini dapat mencakup workshop, seminar, atau pelatihan tentang dasar-dasar keuangan dan investasi saham yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kebiasaan belajar generasi tersebut.
2. Melibatkan influencer lokal yang memiliki pengaruh di platform media sosial dalam memberikan informasi, tips, dan panduan tentang investasi saham kepada Generasi Z. Kolaborasi ini dapat membantu dalam menyampaikan pesan-pesan investasi secara lebih relevan dan menarik bagi mereka.
3. Mendirikan komunitas investasi di Kelurahan Fatulili, Kota Kupang yang memungkinkan Generasi Z untuk saling berbagi pengetahuan, pengalaman, dan ide tentang investasi saham. Dalam komunitas ini, mereka dapat belajar satu sama lain dan memperkuat pemahaman mereka tentang investasi.
4. Untuk peneliti selanjutnya, agar melakukan penelitian kualitatif yang mendalam untuk memahami persepsi, motivasi, dan pengalaman individu Generasi Z terkait dengan investasi saham. Ini dapat melibatkan wawancara mendalam, *focus group discussion*, atau observasi langsung untuk mendapatkan pemahaman yang lebih kaya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhudori, S. M. (2018). Pengaruh Konsumsi Rumah Tangga, Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jambi. *EKONOMIS: Jurnal of Economics and Business*, 2(1), 81–91.
- Anabel, L. E. (2023). Peran Influencer Dan Minat Investasi Pada Generasi Sandwich Di DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Hukum, Kewirausahaan, Kesehatan, Pendidikan Dan Informatika (MANEKIN)*, 2(02), 405–420.
- Anggarini, D. R., Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 1(1), 147–152. <https://doi.org/10.54082/jamsi.42>
- Banuwa, A. K., & Susanti, A. N. (2021). Evaluasi Skor Pre-Test dan Post-Test Peserta Pelatihan Teknis New SIGA di Perwakilan BKKBN Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmiah Widyaiswara*, 1(2), 77–85. <https://doi.org/10.35912/jiw.v1i2.1266>
- Brilianti, T. R., & Lutfi, L. (2020). Pengaruh pendapatan, pengalaman keuangan dan pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan keluarga di kota Madiun. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 197. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1762>
- Budiantara, M. (2012). Pengaruh tingkat suku bunga, nilai kurs, dan inflasi terhadap indeks harga saham gabungan di bursa efek indonesia periode tahun 2005-2010. *Jurnal Sosiohumaniora*, 3(3), 57–66.
- Fitriarianti, B. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi. *Seminar Nasional I Universitas Pamulang*, 1(1), 1–15. <https://core.ac.uk/download/pdf/337610591.pdf>
- Fitriyah, H. N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Transparansi Informasi Dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Gen Z Melakukan Investasi Reksadana Dengan Fomo Sebagai Variabel Moderate (Studi Kasus Surakarta). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(8), 30–41.
- Fitriyani, E. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, Dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z Dimoderasi Social Media Influencer. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(4), 6.
- Fitriyani, P. (2018). Pendidikan Karakter Bagi Generasi Z. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-7*, 307–314. <http://www.appptma.org/wp-content/uploads/2019/08/34.-Pendidikan-Karakter-Bagi-Generasi-Z.pdf>
- Handini, S., & Astawinetu, D. E. (2020). Teori Portofolio dan Pasar Modal Indonesia. In *Scopindo Media Pustaka*.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- Hayati, M. (2016). Investasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 1(1), 66–78. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>
- Hidayat, A. S., & Paramita, R. . S. (2022). The Analysis of Financial Literacy, Financial Attitude and Locus of Control Toward Financial Behavior on UNESA's Economic and Business Students. *Accounting and Finance Studies*, 2(3), 157–176.

- <https://doi.org/10.47153/afs23.4392022>
- Isnawan, M. G., Nahdlatul, U., & Mataram, W. (2020). *KUASI-EKSPERIMEN* (Issue February). Kumalasari, R., Hidayat, R. R., & Azizah, D. F. (2016). Pengaruh Nilai Tukar, BI Rate, Tingkat Inflasi, dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Studi Pada Indeks Harga Saham Gabungan Di BEI Periode Juli 2005-Juni 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 130–137. <https://www.neliti.com/publications/86884/pengaruh-nilai-tukar-bi-rate-tingkat-inflasi-dan-pertumbuhan-ekonomi-terhadap-in>
- Lagousi, K. (2015). Peningkatan Kemampuan Menulis Cerpen Melalui Model Pembelajaran Demonstrasi Siswa Kelas VII/A SMP Negeri 1 Noling Kabupaten Luwu. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Pengajaran Bahasa Dan Sastra*, 1(2), 1–13.
- Landang, R. D., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(2), 51–70.
- Lathifah, H. M., & Garbo, A. (2022). Investasi Saham Syariah di Tengah Pandemi COVID-19: Peran Pengetahuan Dan Social Media Influencer. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 3(1), 63–75. <https://doi.org/10.20885/abhats.vol3.iss1.art5>
- Manurung, A. H. (2012). Teori Perilaku Keuangan ( Behaviour Finance ). *Economis Of Management*, 41(4), 1–13. <http://finansialbisnis.com/Data2/Riset/Teori Perilaku Keuangan.pdf>
- Mulyana, M., Hidayat, L., & Puspitasari, R. (2019). Mengukur Pengetahuan Investasi Para Mahasiswa Untuk Pengembangan Galeri Investasi Perguruan Tinggi. *JAS-PT Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v3i1.213>
- Nasution, A., & Darma, S. D. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 192–202. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1484>
- Nurhidayah, N. (2018). Gender, Pengetahuan Keuangan, dan Niat Bertansaksi Saham. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(2), 7–15. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i2.37>
- Pahlevi, F. S. (2021). Legal Standing Influencer Saham di Indonesia. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 1(2), 17–41. <https://doi.org/10.21154/invest.v1i2.2908>
- Paningrum, S. E. D. (2022). *Buku referensi investasi pasar modal*.
- Paradiba, L., & Nainggolan, K. (2015). Pengaruh Laba Bersih Operasi Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food and Bevergae Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 15(1), 113–124.
- Prabowo, D. I. (2022). Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Sukuk, Saham Syariah, dan Reksadana Syariah Sebagai Pilihan Instrumen. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(6), 1205– 1214. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i8.606>
- Pratiwi, F. (2023). *BEI Catat Jumlah Investor Saham di NTT Tumbuh 17,19 Persen*. Republika. <https://news.republika.co.id/berita/ryo80r457/bei-catat-jumlah-investor-saham-di-ntt-tumbuh-1719-persen>
- Pritazahara, R., & Sriwidodo, U. (2015). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Perencanaan Investasi Dengan Self Control Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(1), 28–37.

- <http://ci.nii.ac.jp/naid/110000039498/>
- Purnama, E. D., & Simarmata, F. E. (2021). Efek Lifestyle Dalam Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perencanaan Keuangan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1567–1574.
- Putri, L. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas terhadap Perusahaan Batu Bara Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 49–59. <http://jurnal.umsu.ac.id>
- Putri, N. M. D. R., & Rahyuda, H. (2017). Pengaruh Tingkat Financial Literacy Dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(9), 3407. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i09.p09>
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi. *Akuntabilitas*, 14(2), 253–268. <https://doi.org/10.29259/ja.v14i2.11480>
- Rais, M., Khairi, H., & Hidayat, F. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi di Saham Syariah. *Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 342–355. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>
- Rakhimsyah, L. A., & Gunawan, B. (2011). Pengaruh keputusan Investasi, Keputusan Pendaan, Kebijakan Deviden dan Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Investasi*, 7(1), 31–45.
- Ratminingsih, N. M. (2010). Penelitian Eksperimental Dalam Pembelajaran Bahasa Kedua. *Prasi*, 6(11), 31–40.
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319–332. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.384>
- Sani, N., & Paramita, S. (2024). LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Investor Generasi Z Jawa Barat ). 13(1), 134–147.
- Subowo, A. T. (2021). Membangun Spiritualitas Digital bagi Generasi Z. *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 5(2), 379–395. <https://doi.org/10.30648/dun.v5i2.464>
- Supriadi, I., Maghfiroh, R. U., & ... (2024). Pelatihan Literasi Keuangan Tentang Pentingnya Management Investasi Bagi Gen Z. *AMMA: Jurnal ...*, 3(1), 1–7. <https://www.journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/4000%0Ahttps://www.journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/download/4000/2388>
- Suryaman, A. H., & Hindriari, R. (2021). Pengaruh Earning Per Share (Eps) Dan Price Earning Ratio (Per) Terhadap Harga Saham Pada Pt Bumi Serpong Damai Tbk Periode 2011 – 2020. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(3), 199–204. <https://doi.org/10.55182/jnp.v1i3.58>
- Tazkia, A., & Wijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal. *Jurnal Management Risiko Dan Keuangan*, 1(2), 112–127.
- Trisnaningsih, T., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2022). Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Business and Economics*

- Research (JBE)*, 3(2), 82–89. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1705>
- Tumewu, F. J. (2019). Minat Investor Muda Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Melalui Teknologi Fintech. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 6(2), 133–145. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v6i2.26170>
- Ukhriyawati, C. F., Mulyati, S., & Rika, R. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan pelaku usaha kecil di bidang fashion. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 4, 528–535. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art66>
- Upadana, I. W. Y. A., & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 126. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25574>
- Utomo, L. T., Ardianto, Y. T., & Sisharini, N. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 3(2). <https://doi.org/10.26905/jtmi.v3i2.1425>
- Widyastuti, A., & Seno, P. H. K. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Pada Generasi Milenial (Studi pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun di DKI Jakarta). *Prosiding SNAM PNJ*, 3. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/download/5888/2991>
- Wiyono, D. aldi, & Asyik, nur fadjrih. (2023). Dampak Pengetahuan Investasi Pada Pengaruh Modal Awal, Risiko, Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi STIESIA*, 12 No 6. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5353>
- Wulandari, D. A., & Iramani, R. (2014). Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidance Dan Risk Perception Pada Pengambilan Keputusan Investasi Dosen Ekonomi. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i1.293>
- Yundari, T., & Artati, D. (2021). ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERILAKU KEUANGAN DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (Studi Kasus Pada Karyawan Swasta Di Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Manajemen Keuangan*.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>