

PENGARUH PENGALAMAN INVESTASI, *RISK TOLERANCE*, DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Investor Generasi Z Jawa Barat)

Nurul Sani¹, V. Santi Paramita²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Jenderal Achmad Yani, Indonesia

Corresponding author e-mail: veronika.santi@lecture.unjani.ac.id

ABSTRAK

Dewasa ini, pertumbuhan jumlah investor di pasar modal Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan yang sangat signifikan ini didominasi oleh generasi Z. Meskipun demikian, pertumbuhan ini tidak selaras dengan peningkatan pengetahuan mengenai literasi keuangan. Oleh karena itu, banyak investor baru yang mengalami kesulitan dalam membuat keputusan investasi karena kurangnya pemahaman, pengetahuan, dan pengalaman. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh pengalaman investasi, *risk tolerance*, dan sosial media terhadap keputusan investasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah investor generasi Z Jawa Barat dengan kriteria tertentu. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman investasi, *risk tolerance*, sosial media memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi. Selanjutnya, literasi keuangan dapat memoderasi pengaruh pengalaman investasi, *risk tolerance*, sosial media terhadap keputusan investasi.

Kata Kunci: pengalaman investasi, *risk tolerance*, sosial media, keputusan investasi, literasi keuangan.

ABSTRACT

Nowadays, the number of investors in the Indonesian capital market continues to grow yearly. Generation Z dominates this very significant increase. However, this growth is not in line with increased knowledge regarding financial literacy. Therefore, many new investors experience difficulties making investment decisions due to a lack of understanding, knowledge and experience. This research aims to prove the role of financial literacy in moderating the influence of investment experience, risk tolerance, and social media on investment decisions. This study uses a quantitative approach. The population in this research is West Java generation Z investors with specific criteria. The sampling technique used random sampling with a sample size of 100 respondents. The data analysis technique uses Moderated Regression Analysis (MRA). The results of this research show that investment experience, risk tolerance, and social media have a positive influence on investment decisions. Furthermore, financial literacy can moderate the influence of investment experience, risk tolerance, and social media on investment decisions.

Keywords: investment experience, risk tolerance, social media, investment decisions, financial literacy.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan dunia investasi berkembang dengan cepat sehingga kebutuhan untuk berinvestasi semakin meningkat. Tentu saja hal ini bukan tanpa alasan, namun dapat disebabkan oleh dorongan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, baik primer, sekunder, maupun tersier. Pada hakikatnya investasi adalah tindakan menempatkan sejumlah uang pada saat ini dengan harapan dapat menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang (Mahastanti, 2011). Selain itu, investasi juga merupakan kegiatan menanamkan sejumlah uang dengan harapan memperoleh uang atau keuntungan lebih banyak di kemudian hari. Investasi adalah pengalokasian modal pada suatu saat dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang (Adnyana, 2020).

Keputusan investasi memang merupakan proses kompleks yang melibatkan analisis berbagai faktor dan langkah. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh banyak aspek berbeda, termasuk faktor pribadi dan pertimbangan teknis. Investor individu seringkali mengambil



keputusan investasi saham berdasarkan faktor pribadi seperti usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan komposisi portofolionya. Keputusan berinvestasi saham dapat dijelaskan sebagai suatu langkah dalam memilih salah satu dari berbagai alternatif yang ada setelah mengevaluasi beberapa kemungkinan pilihan investasi. Keputusan investasi yang dilakukan oleh para investor bergantung pada informasi yang relevan sebagai landasan untuk memilih jenis investasi. Pentingnya keputusan investasi terlihat dari bagaimana upaya untuk mencapai hasil terbaik dan mencegah kerugian. Dengan demikian, keputusan investasi merupakan langkah untuk mencapai keuntungan yang diharapkan (Fachrudin & Fachrudin, 2016).

Di Indonesia perkembangan dunia investasi meningkat secara pesat, investasi yang saat ini banyak dilakukan oleh investor adalah investasi pada sektor keuangan khususnya pasar modal. Hal tersebut dibuktikan dengan tingkat pertumbuhan jumlah investor di pasar modal Indonesia yang mengalami peningkatan mencolok. Data menunjukkan periode tahun 2020 hingga Januari 2023, mencatat peningkatan yang signifikan dalam jumlah investor. Namun, hal ini juga diikuti oleh fluktuasi tingkat return, menciptakan tantangan dan peluang bagi para investor (KSEI, 2022; Kristiyowati, 2021). Dalam berinvestasi, para investor tentu berharap mendapatkan keuntungan yang signifikan. Namun, realitanya menunjukkan bahwa investasi tidak selalu menghasilkan *return*, tetapi juga dapat menyebabkan kerugian. Kerugian tersebut dapat menjadi sangat besar apabila investor melakukan kesalahan dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, investor diharapkan memiliki kemampuan untuk membuat keputusan investasi dengan akurat. Dengan adanya fenomena tersebut, maka setiap investor akan memiliki tingkat toleransi risiko atau seberapa mampu investor tersebut menerima risiko dari investasinya.

Mayoritas investor di pasar modal Indonesia adalah generasi Milenial dan Generasi Z, yang berusia ≤ 30 tahun yang menunjukkan bahwa tingkat pengalaman mereka di pasar modal belum banyak. Para ahli di Amerika Serikat mengklasifikasikan Generasi Z sebagai individu yang lahir antara tahun 1996 hingga 2010. Mereka diidentifikasi memiliki ciri-ciri seperti menghargai keragaman, dorongan untuk perubahan sosial, kecenderungan untuk berbagi, dan memiliki orientasi pada pencapaian tujuan. Pertumbuhan jumlah investor baru didominasi generasi Z yaitu yang tidak dapat dipisahkan dengan teknologi dan generasi yang secara mudah mendapatkan informasi melalui internet atau sosial media. Tingkat pertumbuhan yang signifikan selama empat tahun terakhir menunjukkan bahwa pasar modal Indonesia masih banyak menerima investor yang tergolong baru. Kelompok investor ini kemungkinan masih memiliki pengalaman terbatas dalam dunia pasar modal.

Pengalaman investasi merupakan salah satu faktor pribadi yang berperan dalam pengambilan keputusan investasi, termasuk dalam memilih suatu opsi tertentu setelah mengevaluasi beberapa opsi. Keputusan investasi memerlukan proses evaluasi dan seleksi (Fachrudin & Fachrudin, 2016). pengalaman investasi seseorang akan sejalan dengan kualitas keputusan investasinya. Dalam artian, investor yang memiliki pengalaman lebih banyak cenderung mengurangi jumlah faktor yang mereka pertimbangkan saat mengambil keputusan investasi. Asumsi tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandagie et al. (2020) yang mampu membuktikan bahwa pengalaman investasi dan toleransi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Baihaqy et al., 2020) dan (Mahastanti, 2011).

Selain pengalaman investasi, salah satu elemen yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi adalah tingkat toleransi risiko. Mandagie et al. (2020) mengemukakan bahwa investor mempunyai motivasi yang kuat untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan tetap menghindari kerugian yang besar dalam investasinya, dengan harapan



memperoleh hasil investasi yang besar tersebut, ketika tanpa diikuti dengan literasi keuangan keuangan yang memadai, risiko keuangan mungkin lebih besar dari perkiraan sebelumnya. *Risk Tolerance* adalah sikap yang ditunjukkan oleh para investor ketika menilai risiko. Risiko dalam kasus ini terkait dengan ketidakpastian atas hasil investasi. Para investor yang bersedia menerima atau mentolerir risiko cenderung berani dalam alokasi dana untuk aset berisiko tinggi, dan sebaliknya (Ainia & Lutfi, 2019). *Risk tolerance* adalah sejauh mana para investor bersedia mengambil risiko yang lebih tinggi untuk investasi mereka (Adielyani & Mawardi, 2020). Apabila tingkat toleransi risiko tinggi, maka individu tersebut cenderung lebih berani dalam membuat keputusan (Masruroh & Perwita Sari, 2021). Penelitian Adielyani & Mawardi (2020) menunjukkan bahwa toleransi risiko mempengaruhi keputusan investasi. Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Mubaraq et al., 2021). Selanjutnya, hal serupa juga ditemukan oleh Ainia & Lutfi (2019) bahwa toleransi risiko dan *overconfidence* memiliki efek positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

Di sisi lain, tidak dapat dipungkiri bahwa kenaikan jumlah investor serta perkembangan di dunia investasi juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang pesat, terutama dalam konteks penggunaan media sosial yang mengalami pertumbuhan yang signifikan. Menurut Lewis & Nichols (2016) media sosial adalah istilah yang mengacu pada teknologi digital yang memfasilitasi individu untuk terhubung, berinteraksi, menciptakan, dan berbagi konten pesan. Keputusan investasi yang diambil oleh generasi z masih terdampak oleh informasi di media sosial, sehingga meningkatkan risiko menjadi korban penipuan yang berpura-pura berhubungan dengan investasi. Sesuai dengan penelitian Zanesty et al. (2022) yang mengemukakan influencer media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian cryptocurrency masyarakat Indonesia. Selain itu, media sosial mampu mendorong generasi muda dalam berinvestasi (Dian Handy Permana et al., 2022). Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial berpotensi memfasilitasi penyebaran informasi bagi investor untuk mendukung pengambilan keputusan investasi. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Alifia & Seno (2020) yang menemukan bahwa sosial media memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.

Melihat peningkatan jumlah investor dan minat investasi, tingkat literasi keuangan tidak mengalami peningkatan yang sesuai. Data dari Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLK, 2022) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan hanya mencapai 49,68%. Menurut berita harian republika.co.id yang ditulis oleh Alamsyah (2023) menggambarkan bahwa jumlah penduduk mencapai lebih dari 270 juta orang tersebar di lebih dari 17 ribu pulau, namun tingkat literasi masih di bawah 50 persen pada tahun 2022. Disamping itu, perkembangan era digital di Indonesia mencapai lebih dari 200 juta pengguna internet, namun literasi digital yang memadai masih belum sepenuhnya terwujud. Maka dari itu, pengaruh pengalaman berinvestasi terhadap keputusan investasi yang dilakukan dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan. Ini dapat terlihat dari sebuah penelitian yang dilakukan oleh Fachrudin & Fachrudin (2016) yang memperoleh hasil berupa peran literasi keuangan mampu memoderasi hubungan antara pendidikan dan pengalaman dalam pengambilan keputusan investasi. Adanya literasi keuangan semakin memperkuat pengaruh pendidikan dan pengalaman terhadap keputusan investasi. Investor juga harus memiliki pemahaman yang kuat mengenai literasi keuangan. Dengan pengetahuan finansial yang memadai, investor dapat mempertimbangkan investasinya secara cermat sehingga dapat melindungi dirinya dari potensi ancaman keamanan di lingkungan digital, termasuk risiko penipuan. Asumsi ini sama dengan penelitian Triwidisari et al. (2018) yang menjelaskan kemampuan literasi keuangan guna memoderasi hubungan antara sosial media dengan pembelian impulsif.



TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku Keuangan

Teori perilaku keuangan adalah penerapan konsep psikologi dalam disiplin ilmu keuangan. Pendekatan ini melibatkan analisis investasi dengan menggabungkan prinsip-prinsip dari psikologi dan keuangan. Dengan kata lain, teori perilaku keuangan menjelaskan bagaimana keputusan investasi dan interaksi finansial manusia (investor) dipengaruhi oleh faktor psikologis. Tujuan dari perilaku keuangan adalah untuk memahami cara investor membuat keputusan investasi dan berpartisipasi di pasar modal, yang pada gilirannya memengaruhi kinerja pasar. Perilaku keuangan merupakan suatu pendekatan baru di dalam pasar keuangan yang muncul sebagai tanggapan terhadap kompleksitas yang dihadapi oleh teori keuangan tradisional.

Secara umum, pendekatan perilaku keuangan mengusulkan bahwa beberapa fenomena keuangan dapat dipahami lebih baik dengan menggunakan model yang memperhitungkan pemain yang tidak sepenuhnya rasional. Peran besar perilaku keuangan sangat berperan dalam pengambilan keputusan investasi. Keputusan investasi dipengaruhi oleh informasi yang tersedia dan tingkat pengetahuan investor tentang investasi tersebut. Setiap investor memiliki tingkat kemampuan dan pengetahuan yang beragam. Pengambilan keputusan investasi tidak selalu mengikuti pola yang konsisten dengan asumsi-asumsi yang dibuat, melainkan bergantung pada persepsi dan pemahaman masing-masing terhadap informasi yang diterima (Lubis, 2016; Suriani, 2022).

Model Penerimaan Teknologi (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (TAM) atau *Technology Acceptance Model* adalah suatu teori yang sangat berpengaruh dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi. Umumnya, model ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu menerima dan mengadopsi penggunaan sistem teknologi informasi. TAM diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 dan merupakan perkembangan dari Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action* atau TRA). Model ini menjelaskan hubungan sebab-akibat antara keyakinan terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan sistem informasi dengan perilaku, kebutuhan, dan penerimaan pengguna terhadap sistem tersebut. Tujuannya adalah menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi dengan mempertimbangkan variabel psikologis dan sosial. (Wicaksono & Wafiroh, 2022; Santi, 2021)

Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah cara alokasi dana ke berbagai bentuk investasi dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Bentuk, jenis, dan komposisi investasi ini memengaruhi tingkat keuntungan masa depan. Keuntungan yang diharapkan dari investasi tidak bisa diprediksi pasti, sehingga investasi selalu memiliki risiko atau ketidakpastian. Risiko ini akan berpengaruh pada pencapaian tujuan, kebijakan, dan hasil perusahaan. Sselain itu, keputusan juga investasi tidak selalu mengikuti pola yang konsisten sesuai dengan asumsi yang dibuat berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap informasi yang diterima. (Sutrisno, 2017; Lubis, 2016).

Pengalaman Investasi

Pengalaman investasi adalah pengalaman yang diperoleh oleh seorang investor dari sejauh mana investor tersebut telah melakukan investasi dalam berbagai instrumen keuangan (Mandagie et al., 2020). Berdasarkan riset sebelumnya, pengalaman investasi dan toleransi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi Mandagie et al. (2020) dan didukung dengan



penelitian yang dilakukan oleh (Baihaqqy et al., 2020). Pernyataan tersebut menjadi landasan untuk merumuskan hipotesis pertama yaitu pengalaman investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

Risk Tolerance

Menurut Masruroh & Sari (2021) *risk tolerance* adalah sejauh mana seorang investor dapat menerima tingkat risiko dalam investasinya. Dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandagie et al. (2020) yang menjelaskan bahwa pengalaman investasi dan toleransi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Baihaqqy et al., 2020). Penelitian Adielyani & Mawardi (2020) menyatakan bahwa toleransi risiko mempengaruhi keputusan investasi. Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Mubaraq et al., 2021). Selanjutnya, hal serupa juga ditemukan oleh (Ainia & Lutfi, 2019) bahwa toleransi risiko dan *overconfidence* memiliki efek positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Berdasarkan uraian tersebut

Sosial Media

Menurut Panji & Wafiroh (2022) sosial media adalah platform online yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi konten, dan terlibat dalam berbagai aktivitas seperti membuat forum, berbagi informasi, serta membuat dan memelihara komunitas di Internet. Media sosial juga merupakan platform internet yang memudahkan penggunaannya dalam melakukan berbagai aktivitas virtual. Selanjutnya, hal tersebut diperkuat dengan adanya penelitian yang menjelaskan bahwa sosial media mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. (Muhammad Panji Wicaksono & Wafiroh, 2022) dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zanesty et al., 2022). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang akan diajukan yaitu sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis sumber data yang digunakan yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Data primer merujuk pada sumber data yang memberikan informasi secara langsung kepada peneliti yaitu data diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden sebagai unit analisis sesuai dengan sampel penelitian. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini didapatkan melalui website www.idx.co.id dan www.ksei.co.id. Data tersebut berupa jumlah investor, demografi investor, dan tingkat return pasar modal. Populasi dalam penelitian ini adalah investor generasi Z Jawa Barat berusia 17-26 tahun yang memiliki pengalaman investasi dan memiliki sosial media. Teknik penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode probability sampling dengan Teknik sampel random sampling dengan total sampel sebanyak 100 responden. metode analisis data yang diterapkan adalah regresi linear berganda yang melibatkan interaksi antar variabel atau yang sering disebut sebagai Moderated Regression Analysis (MRA) dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 27. Persamaan regresi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_1 * X_4 + \beta_6X_2 * X_4 + \beta_7X_3 * X_4 + e \dots$$

Keterangan:

Y = Keputusan Investasi

X1 = Pengalaman Investasi



$X_2 = Risk\ Tolerance$

$X_3 = Sosial\ Media$

$X_4 = Literasi\ Keuangan$

$X_1X_4 = Interaksi\ antara\ Pengalaman\ Investasi\ dengan\ Literasi\ Keuangan$

$X_2X_4 = Interaksi\ antara\ Risk\ Tolerance\ dengan\ Literasi\ Keuangan$

$X_3X_4 = Interaksi\ antara\ Sosial\ Media\ dengan\ Literasi\ Keuangan$

$\alpha = Konstanta$

$\beta = Koefisien\ Regresi$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini merupakan investor generasi Z Jawa Barat berusia 17-26 tahun yang memiliki pengalaman investasi dan memiliki sosial media, di mana data ini terkumpul dari hasil pengisian kuesioner. Jumlah data responden yang diperoleh sebanyak 100 responden yang didominasi oleh laki-laki (53%) dengan rentang usia 22-26 tahun (53%), berdomsili di Kota Cimahi (17%) pada penelitian ini responden mewakili 16 Kabupaten/Kota dari total 19 Kabupaten/Kota di Jawa Barat, jadi sebanyak 88,89% mewakili seluruh kabupaten/kota di Jawa Barat. Selanjutnya responden didomnasi dengan pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa (77%), serta memiliki penghasilan > Rp 2.000.000 (38%) per bulan, memiliki pengalaman investasi kurang dari 1 tahun (51%) dan memiliki sosial media (100%). Penjelasan ini penting untuk disampaikan karena terkait jawaban yang diberikan para investor generasi Z Jawa Barat atas semua pertanyaan yang diajukan pada kuesioner yang mencerminkan karakteristik demografis, geografis, dan perilakunya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel	Hasil uji validitas instrumen	Kriteria penerimaan hasil uji	Hasil uji reliabilitas instrumen
		R Hitung (Person Correlation)		Cronbach's Alpha
Pengalaman Investasi				
1	PI1	0.740	Sig 0,000 < 0,05	0.780
2	PI2	0.715		
3	PI3	0.463		
4	PI4	0.552		
Risk Tolerance				
1	RT1	0.461	Sig 0,000 < 0,05	0.773
2	RT2	0.508		
3	RT3	0.333		
4	RT4	0.708		
5	RT5	0.663		
6	RT6	0.694		
7	RT7	0.701		
Sosial Media				
1	SM1	0.720	Sig 0,000 < 0,05	0.746
2	SM2	0.596		



3	SM3	0.665		
4	SM4	0.56		
Keputusan Investasi				
1	KI1	0.712	Sig 0,000 < 0,05	0.740
2	KI2	0.704		
3	KI3	0.527		
4	KI4	0.366		
5	KI5	0.556		
6	KI6	0.683		
Literasi Keuangan				
1	LK1	0.662	Sig 0,000 < 0,05	0.846
2	LK2	0.595		
3	LK3	0.474		
4	LK4	0.536		
5	LK5	0.551		
6	LK6	0.753		

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistics 27, (2023)

Uji Validitas dan reliabilitas pada penelitian dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi (Pearson Correlation) One Tailed, semua variabel dikatakan valid apabila nilai Significant (Sig) < 0.05. Semua variabel yang diuji pada penelitian ini menghasilkan nilai significant < 0.001 yang artinya semua variabel yang diuji valid.

Selanjutnya, pada uji Reliabilitas dinyatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0.60.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78240400
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.044
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistics 27 (2023)

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji analisis Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.



Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.889	3.944		4.790	.000		
	X1	-.051	.129	-.042	-.393	.695	.904	1.107
	X2	.103	.096	.110	1.072	.287	.982	1.018
	X3	.106	.120	.093	.879	.382	.918	1.089
	Z	.030	.096	.032	.313	.755	.962	1.039

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistics 27 (2023)

Pada Tabel 4 menunjukkan hasil multikolinearitas variabel pengalaman investasi memiliki nilai toleransi sebesar 0,970 dan nilai VIF sebesar 1,031. Variabel *risk tolerance* memiliki nilai toleransi sebesar 0,974 dan nilai VIF sebesar 1,027. Variabel *social media* memiliki nilai toleransi sebesar 0,982 dan nilai VIF sebesar 1,018. Variabel literasi keuangan memiliki nilai toleransi sebesar 0,977 dan nilai VIF sebesar 1,025. Dengan demikian, nilai toleransi untuk variabel pengalaman investasi, *risk tolerance*, *social media* dan literasi keuangan > 0,100. Selanjutnya, nilai VIF < 10,00. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.255	2.452		.512	.610
	X1	.081	.063	.131	1.276	.205
	X2	.017	.056	.030	.295	.769
	X3	-.048	.068	-.072	-.706	.482
	Z	-.035	.056	-.065	-.634	.528

a. Dependent Variable: ABS_Res

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistics 27 (2023)

Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada Tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi semua variabel yang lebih besar dari 0,05 (> 0,05).

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh pegalaman investasi, *risk tolerance*, dan *social media* terhadap keputusan investasi. Semua hipotesis diuji menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian regresi disajikan dalam tabel.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.348	.707		1.907	.060



Pengalaman Investasi	.191	.049	.304	3.881	.000
RiskTolerance	.331	.060	.430	5.526	.000
SosialMedia	.149	.054	.217	2.745	.007
a. Dependent Variable: KeputusanInvestasi					

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistics 27 (2023)

Berdasarkan tabel 6 dapat diperoleh persamaan regresi berganda pertama sebagai berikut:

$$Y = 2,244+0,362X_1+0,417X_2+0,284X_3$$

Mengacu pada persamaan regresi berganda pertama maka dapat diketahui bahwa konstanta bernilai 2,244 menunjukkan apabila semua variabel bernilai nol, maka keputusan investasi akan bernilai 2,244 satuan. Selain itu, dari persamaan tersebut diketahui bahwa pengalaman investasi, *risk tolerance*, dan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi yang dapat terlihat dari nilai koefisien (β) masing-masing sebesar 0,362, 0,417 dan 0,284 serta dengan nilai thitung masing-masing sebesar 3.771, 6.160, dan 2.696 lebih besar dari ttabel yaitu sebesar 1.98525.

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi Koefisien

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.640	1.03486
a. Predictors: (Constant), SosialMedia, RiskTolerance, PengalamanInvestasi				

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistics 27 (2023)

Dari hasil pengujian pada table 7, nilai Adjusted R Square adalah 0.640, yang berarti bahwa semua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan 64.0% dari keputusan investasi, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Tabel 8. Hasil Hipotesis (t-Test)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.348	.707		1.907	.060
	Pengalaman Investasi	.191	.049	.304	3.881	.000
	RiskTolerance	.331	.060	.430	5.526	.000
	SosialMedia	.149	.054	.217	2.745	.007
a. Dependent Variable: KeputusanInvestasi						

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistics 27 (2023)

Berdasarkan Tabel 8 maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Hipotesis pertama yaitu pengalaman investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian dari tabel 8 menunjukkan nilai koefisien dari pengalaman investasi bernilai positif yaitu 0,191, hal ini menunjukkan bahwa ada arah hubungan positif. Sedangkan untuk signifikansi dari pengalaman investasi yaitu 0,000 atau kurang dari dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis pertama yaitu pengalaman investasi berpengaruh



positif terhadap keputusan investasi diterima.

Hipotesis kedua yaitu *risk tolerance* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian dari tabel 8 menunjukkan nilai koefisien dari *risk tolerance* bernilai positif yaitu 0,331, hal ini menunjukkan bahwa ada arah hubungan positif. Sedangkan untuk signifikansi dari *risk tolerance* yaitu 0,000 atau lebih rendah dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis kedua yaitu *risk tolerance* berpengaruh positif terhadap pengalaman investasi diterima.

Hipotesis ketiga yaitu sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian dari tabel 8 menunjukkan nilai koefisien dari sosial media bernilai positif sebesar 0,149, hal ini menunjukkan bahwa ada arah hubungan positif. Sedangkan untuk signifikansi dari sosial media yaitu 0,007 atau kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis ketiga yaitu sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi diterima.

Tabel 9. Hasil Uji MRA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.656	1.577		.416	.679
Pengalaman Investasi	.210	.091	.155	2.311	.023
Risk Tolerance	.215	.077	.240	2.814	.006
Sosial Media	.290	.102	.180	2.853	.005
Literasi Keuangan	.126	.043	.160	2.944	.004
Pengalaman Investasi*Literasi Keuangan	.112	.058	.015	1.994	.038
Risk Tolerance*Literasi Keuangan	.226	.107	.036	2.122	.047
Sosial Media*Literasi Keuangan	.527	.062	.556	8.487	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistics 27 (2023)

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel interaksi antara pengalaman investasi dan literasi keuangan adalah $0,038 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara pengalaman investasi dan keputusan investasi. Nilai signifikansi variabel interaksi antara *risk tolerance* dan literasi keuangan adalah $0,047 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara *risk tolerance* dan keputusan investasi. Nilai signifikansi variabel interaksi antara sosial media dan literasi keuangan sebesar $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara social media dan keputusan investasi

Pembahasan

Pengalaman investasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini menerima H1, yang menyatakan bahwa pengalaman investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Artinya, pengalaman investasi memiliki korelasi positif dengan kualitas keputusan investasi, menunjukkan bahwa seiring bertambahnya pengalaman investasi seseorang, keputusan investasi yang diambil akan menjadi lebih baik dan lebih cermat. Investor yang memiliki pengalaman investasi cenderung lebih bijaksana dalam mengambil keputusan investasi, pengalaman juga membuat investor



lebih mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi hasil investasi mereka dengan lebih baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Awais et al. (2016); Mandagie et al. (2020); Baihaqqy et al. (2020) yang mengemukakan bahwa pengalaman investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

Selanjutnya hasil penelitian hipotesis kedua ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Awais et al. (2016), yang menyatakan bahwa *risk tolerance* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah *risk tolerance* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), *risk tolerance* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini menerima H2, yang menyatakan bahwa *risk tolerance* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Ketika tingkat toleransi risiko (*risk tolerance*) suatu individu semakin tinggi, frekuensi pengambilan keputusan investasinya juga meningkat. Secara teoritis, tingkat toleransi risiko akan memengaruhi bagaimana seseorang membuat keputusan investasi. Dengan tingkat toleransi risiko yang tinggi, seseorang lebih cenderung mengambil keputusan investasi yang lebih berani dibandingkan dengan mereka yang memiliki tingkat toleransi risiko rendah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandagie et al. (2020), yang menyatakan bahwa *risk tolerance* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), sosial media memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini menerima H3, yang menyatakan bahwa sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Seseorang investor yang telah memperoleh pengetahuan tentang investasi melalui platform media sosial lebih mungkin membuat keputusan investasi yang cerdas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono & Wafiroh (2022) yang mengungkapkan bahwa sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi

Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat bahwa literasi keuangan dapat memoderasi pengaruh pengalaman investasi terhadap keputusan investasi. Oleh karena itu, H0 ditolak, dan H4 diterima. Variabel literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini memperkuat pengaruh pengalaman investasi terhadap keputusan investasi. Pengalaman investasi yang baik akan menghasilkan keputusan investasi yang lebih baik, terutama jika didukung oleh tingkat literasi keuangan yang tinggi. Literasi keuangan, yang mencakup pengetahuan dan pemahaman produk keuangan, memungkinkan investor untuk lebih efektif memahami dan menggunakan informasi yang mendukung keputusan investasi mereka. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin baik kemampuannya dalam mengambil keputusan investasi yang cerdas. Hal ini mendukung hasil penelitian Fachrudin & Fachrudin (2016), yang menyatakan bahwa literasi keuangan mampu memperkuat hubungan anatar pengalaman investasi dan keputusan investasi

Selanjutnya, dapat dilihat bahwa literasi keuangan dapat memoderasi pengaruh *risk tolerance* terhadap keputusan investasi. Oleh karena itu, H0 ditolak, dan H5 diterima. Variabel literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini memperkuat pengaruh *risk tolerance* terhadap keputusan investasi. Ketika *risk tolerance* seorang investor meningkat, hal tersebut menunjukkan bahwa investor lebih berani dalam mengambil keputusan investasi. Meskipun demikian, dampak dari keberanian ini dapat diminimalkan dengan kehadiran literasi keuangan, yang membuat investor lebih berhati-hati dan bijaksana dalam mengambil keputusan investasi. Hal ini mendukung hasil penelitian Aren & Aydemir (2015) dimana berhasil menemukan adanya peran dari literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara



penolakan risiko secara keseluruhan dengan intensitas investasi berisiko.

Berdasarkan tabel 9, dapat dilihat bahwa literasi keuangan dapat memoderasi pengaruh sosial media terhadap keputusan investasi. Oleh karena itu, H0 ditolak, dan H6 diterima. Variabel literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini memperkuat pengaruh sosial media terhadap keputusan investasi. Kemampuan seorang investor untuk memahami informasi terkait pasar modal di sosial media memiliki dampak pada keputusan investasinya dan ini dipengaruhi oleh literasi keuangan. Dengan literasi keuangan yang baik, seorang investor tidak hanya menerima sepenuhnya informasi yang tersebar di sosial media. Namun, investor akan cenderung mempertimbangkan pengetahuan yang dimilikinya sebelum membuat keputusan investasi. Hal ini mendukung hasil penelitian Triwidisari et al. (2018) yang mengemukakan bahwa adanya kemampuan literasi keuangan guna memoderasi hubungan antara sosial media dengan pembelian impulsif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hipotesis penelitian awal, penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman investasi, *risk tolerance* dan sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi yang berarti hal tersebut sejalan dengan hipotesis penelitian awal. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman investasi, *risk tolerance* dan sosial media merupakan faktor penentu yang dapat memengaruhi keputusan investasi generasi Z Jawa Barat. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa literasi keuangan sebagai variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh pengalaman investasi, *risk tolerance* dan sosial media terhadap keputusan investasi.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya fokus pada variable pengalaman investasi, *risk tolerance*, dan sosial media pada Generasi Z jawa Barat. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian ini dengan memasukkan indikator lain yang dapat mempengaruhi keputusan investasi. Selain itu, penelitian mendatang bisa mempertimbangkan penggunaan objek yang berbeda, menambah jumlah sampel, dan memperpanjang periode penelitian agar hasilnya menjadi lebih komprehensif.

Bagi para investor harapannya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi investor, membantu investor dalam mengambil keputusan investasi yang tepat, juga guna meningkatkan kesadaran akan pentingnya berhati-hati dalam berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adielyani, D., & Mawardi, W. (2020). The Influence of Overconfidence, Herding Behavior, and Risk Tolerance on Stock Investment Decisions: The Empirical Study of Millennial Investors in Semarang City. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 89. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.691>
- Adnyana, I. M. (2020). Manajemen Investasi dan Portofolio. In *Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)
- Ainia, N. S. N., & Lutfi, L. (2019). Pengaruh Risk Perception, Risk Tolerance, Overconfidence dan Loss Aversion Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 21(3), 401–413.
- Alamsyah, I. E. (2023). *OJK Ungkap Hingga Kini Tingkat Literasi Keuangan di Indonesia Belum 50 Persen*. REPUBLIKA.CO.ID. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s11551349/ojk-ungkap-hingga-kini-tingkat->



literasi-keuangan-di-indonesia-belum-50-persen#:~:text=Hasil dari Survei Nasional Literasi,03 persen pada tahun 2019.

- Alifia, & 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*.
- Ar-Rachman, A. R. (2018). Pengaruh Overconfidence Bias Dan Bias Optimisme Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Investor Di Yogyakarta. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Aren, S., & Dinç Aydemir, S. (2015). The Moderation of Financial Literacy on the Relationship Between Individual Factors and Risky Investment Intention. *International Business Research*, 8(6), 17–28. <https://doi.org/10.5539/ibr.v8n6p17>
- Awais, M., Fahad Laber, M., Rasheed, N., & Khursheed, A. (2016). International Journal of Economics and Financial Issues Impact of Financial Literacy and Investment Experience on Risk Tolerance and Investment Decisions: Empirical Evidence from Pakistan. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(1), 73–79. <http://www.econjournals.com>
- Ayu Wulandari, D., & Iramani, R. (2014). Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidance Dan Risk Perception Pada Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i1.293>
- Baihaqqy, M. R. I., Disman, Nugraha, & Sari, M. (2020). The correlation between education level and understanding of financial literacy and its effect on investment decisions in capital markets. *Journal of Education and E-Learning Research*, 7(3), 306–313. <https://doi.org/10.20448/JOURNAL.509.2020.73.306.313>
- Dian Handy Permana, S., Syahputra, A., Bayu Yogha Bintoro, K., Allawi Ghazi, F., Kampus Trilogi, J., No, S., & Selatan, J. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Referensi Investasi Digital Generasi Muda Dengan Regresi Linear Berganda. *Jurnal Sistem Informasi Dan Sains Teknologi*, 4(1), 2022.
- Fachrudin, K. R., & Fachrudin, K. A. (2016). The Influence Of Education And Experience Toward Investment Decision With Moderated By Financial Literacy. *Polish Journal of Management Studies*, 14(2), 51–60. <https://doi.org/10.17512/pjms.2016.14.2.05>
- Indah Hartami Santi, B. E. (2021). *Technology Acceptance Model*. NEM.
- Lewis, B. K., & Nichols, C. (2016). Social Media and Strategic Communication: A Three-Year Study of Attitudes and Perceptions about Social Media among College Students. *Public Relations Journal*, 10(1), 1–23. http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/social_media_and_strategic_communication.pdf
- Lubis, T. A. (2016). *Manajemen Investasi dan Perilaku Keuangan*. Salim Media Indonesia (Anggota IKAPI). [https://repository.unja.ac.id/10151/1/Manajemen Investasi dan Perilaku Keuangan.pdf](https://repository.unja.ac.id/10151/1/Manajemen%20Investasi%20dan%20Perilaku%20Keuangan.pdf)
- Maharani, B., & Hidayah, N. (2021). Peran Media Sosial dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 275–286. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9926>
- Mahastanti, L. A. (2011). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Investor Dalam Melakukan



- Investasi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 4(3), 37–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v4i3.2424>
- Mandagie, Y. R. O., Febrianti, M., & Fujianti, L. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi Dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila). *RELEVAN: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(1), 35–47. <https://doi.org/10.35814/relevant.v1i1.1814>
- Masruroh, D., & Perwita Sari, R. (2021). Pengaruh Risk Tolerance Terhadap Keputusan Mahasiswa Surabaya Berinvestasi Dengan Financial Literacy Sebagai Variabel Moderasi. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 6(3), 32–39. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i3.16155>
- Mubaraq, M. R., Anshori, M., & Trihatmoko, H. (2021). the Influence of Financial Knowledge and Risk Tolerance on Investment Decision Making. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(2), 140. <https://doi.org/10.26418/jebik.v10i2.47089>
- Muhammad Panji Wicaksono, & Wafiroh, N. L. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(2), 200–206. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i2.57>
- Seri Suriani. (2022). *Financial Behavior*. Yayasan kita menulis.
- Sutrisno. (2017). *Manajemen Keuangan* (2nd ed.). Ekonisia.
- Triwidisari, A., Nurkhin, A., & Muhsin, M. (2018). The Relationships Between Instagram Social Media Usage, Hedonic Shopping Motives and Financial Literacy on Impulse Buying. *Dinamika Pendidikan*, 12(2), 170–181. <https://doi.org/10.15294/dp.v12i2.13565>
- Zanesty, R. A. R., Prakasa, T. A. D., Alina, I. C., & Rakhmawati, N. A. (2022). Analisis pengaruh influencer sosial media terhadap keputusan masyarakat Indonesia. *Bisnis Dan Iptek*, 15(1), 44–59.

