



## Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Generasi Z di Era Digital

Nabila Clarissa Karamoy<sup>1\*</sup>, Reni Oktavia<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Lampung

\* E-mail Korespondensi: nabilakaramoy1234@gmail.com

### Information Article

*History Article*

*Submission: 01-05-2026*

*Revision: 30-05-2026*

*Published: 02-06-2026*

### DOI Article:

**10.24905/permana.v17i3.1516**

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi Generasi Z pengguna media sosial X, seiring meningkatnya minat investasi digital dan pengaruh informasi dari finfluencer. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert 1–5. Populasi penelitian mencakup Generasi Z yang aktif di media sosial X dan memiliki pengalaman investasi, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang diperoleh melalui teknik purposive sampling berdasarkan rumus Lemeshow. Uji validitas, reliabilitas, dan analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM melalui perangkat lunak SmartPLS, mencakup pengujian outer model, inner model, ukuran efek ( $f^2$ ),  $R^2$ , dan bootstrapping pada taraf signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran terhadap risiko mendorong Generasi Z untuk membuat keputusan investasi yang lebih hati-hati, rasional, dan terukur.

**Kata Kunci:** Persepsi Risiko, Keputusan Investasi, Generasi Z, Media Sosial X

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of risk perception on investment decisions among Generation Z users of social media X, in line with the growing interest in digital investment and the influence of information from finfluencers. The research employed an associative quantitative approach with primary data collected through an online questionnaire using a 5-point Likert scale. The population consisted of Generation Z users active on social media X with prior investment experience, and 100 respondents were obtained through purposive sampling based on the Lemeshow formula. Data validity, reliability, and analysis were conducted using PLS-SEM via SmartPLS*

### Acknowledgment



---

*software, including outer model, inner model, effect size ( $f^2$ ),  $R^2$ , and bootstrapping tests at a 5% significance level. The results show that risk perception has a significant positive effect on investment decisions. These findings suggest that awareness of risk encourages Generation Z to make more cautious, rational, and measured investment decisions.*

**Key word:** Risk Perception, Investment Decision, Generation Z, Social Media X

---

© 2026 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial semakin mengambil peran sentral dalam dunia investasi, terutama di kalangan Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh di lingkungan serba digital. Generasi ini terbiasa dengan teknologi sejak kecil, sehingga akses terhadap aplikasi keuangan dan media sosial menjadi sangat natural bagi mereka. Jika sebelumnya investasi identik dengan proses yang rumit, formal, dan hanya dapat diakses oleh kalangan tertentu, kini platform digital menghadirkan kemudahan sekaligus keterbukaan yang membuat anak muda merasa lebih percaya diri untuk terjun ke pasar modal. Aplikasi investasi berbasis ponsel pintar memungkinkan mereka untuk membuka rekening efek, membeli reksa dana, hingga berdiskusi tentang saham hanya dengan beberapa kali sentuhan layar. Perubahan ini menunjukkan adanya pergeseran signifikan dari paradigma investasi tradisional ke arah pendekatan digital, di mana pengambilan keputusan tidak hanya dipengaruhi analisis fundamental, tetapi juga oleh informasi yang tersebar cepat di media sosial serta interaksi dengan teman sebaya. Fenomena ini membuka peluang baru sekaligus tantangan bagi lembaga keuangan dan regulator untuk memahami bagaimana pola investasi Generasi Z terbentuk di ruang digital.

Perbedaan perilaku digital antar generasi dapat dilihat dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024). *Facebook*, misalnya, masih digunakan secara luas lintas generasi, namun kecenderungan penggunaannya semakin menurun pada kelompok muda. Sebaliknya, *Instagram* justru lebih dominan di kalangan Generasi Z, yang menyukai konten visual cepat dan interaktif. *YouTube*, dengan basis konten video yang variatif, tetap memiliki daya tarik lintas usia dan menjadi salah satu media pembelajaran populer, termasuk dalam hal finansial. Di sisi lain, meskipun persentase penggunaannya relatif kecil,



platform *X* (sebelumnya *Twitter*) menawarkan karakteristik yang unik, yakni kecepatan penyebaran informasi dan keterbukaan untuk diskusi publik dalam bentuk teks singkat. Kombinasi antara sifat *real-time* dan interaktif ini menjadikan *X* sebagai salah satu ruang paling dinamis untuk membicarakan topik investasi. Perbedaan pola penggunaan media sosial ini penting untuk dipahami karena secara tidak langsung membentuk cara setiap generasi, terutama Generasi Z, dalam memperoleh, memfilter, dan memaknai informasi investasi yang mereka terima sehari-hari.

Di antara berbagai platform yang ada, *X* memiliki posisi khusus sebagai wadah diskusi publik yang berhubungan langsung dengan dunia keuangan. Di sini, banyak komunitas dan *influencer* keuangan atau yang sering disebut sebagai *finfluencers* aktif berbagi analisis, opini, hingga rekomendasi saham kepada para pengikutnya. Bagi Generasi Z, akses ke diskusi semacam ini memberikan kesempatan untuk mempelajari strategi *trading* dari investor berpengalaman, mengikuti perkembangan pasar secara *real-time*, serta berpartisipasi dalam percakapan yang membentuk tren investasi. Komunitas berbasis minat tertentu bahkan memanfaatkan tagar (*hashtag*) untuk menyebarkan opini atau informasi secara viral, sehingga mampu memengaruhi sentimen pasar dalam waktu singkat. Namun, manfaat ini datang bersama risiko. Tekanan sosial, *Fear of Missing Out* (FOMO), dan derasny arus informasi kadang mendorong investor muda untuk mengambil keputusan impulsif tanpa mempertimbangkan analisis mendalam. Kondisi tersebut memperlihatkan bagaimana media sosial, khususnya *X*, berperan ganda: di satu sisi mempercepat literasi finansial, tetapi di sisi lain menimbulkan potensi keputusan investasi yang tidak rasional.

Fenomena meningkatnya keterlibatan anak muda dalam investasi juga tercermin dalam data resmi Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI, 2025). Hingga Januari 2025, jumlah investor pasar modal telah mencapai 15 juta, sementara reksa dana diikuti oleh 14 juta investor. Pertumbuhan ini menunjukkan konsistensi kenaikan dari tahun ke tahun, meskipun laju pertumbuhannya mulai melambat di awal 2025. Menariknya, mayoritas investor berada pada kelompok usia di bawah 30 tahun dengan proporsi sekitar 54,71%. Dominasi generasi muda ini memperlihatkan bahwa investasi digital semakin menjadi bagian dari gaya hidup finansial Generasi Z. Kelompok usia 31–40 tahun berada di posisi kedua dengan persentase jauh lebih kecil, sementara kelompok yang lebih tua menunjukkan angka partisipasi yang makin rendah. Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran minat investasi ke arah generasi muda, yang sangat dipengaruhi oleh akses teknologi, meningkatnya literasi keuangan, serta kampanye meleak



investasi yang gencar dilakukan berbagai pihak. Namun, lonjakan jumlah investor tidak serta merta diiringi dengan pemahaman risiko yang memadai. Banyak dari mereka yang baru memulai cenderung mengambil keputusan berdasarkan dorongan emosional atau tren sesaat, tanpa strategi jangka panjang yang matang.

Salah satu faktor psikologis yang krusial dalam pengambilan keputusan investasi adalah persepsi risiko. Menurut Tanvir et al. (2016) serta Nofsinger (2017), emosi berperan besar dalam memengaruhi bagaimana seseorang menilai pilihan investasinya. Persepsi risiko sendiri dapat dipahami sebagai cara investor menilai potensi kerugian maupun peluang dalam sebuah investasi, yang pembentukannya sering kali dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, informasi eksternal, dan narasi yang beredar di media sosial (Pradikasari & Isbanah, 2018). Pada Generasi Z, persepsi risiko yang tinggi cenderung membuat mereka memilih instrumen konservatif seperti reksa dana atau saham stabil, demi menghindari volatilitas tinggi. Sebaliknya, persepsi risiko rendah mendorong keberanian mengambil langkah spekulatif, misalnya berinvestasi pada *cryptocurrency* yang meskipun berpotensi memberikan keuntungan besar, juga memiliki risiko kerugian yang tidak kecil. Perbedaan ini menggambarkan bagaimana persepsi risiko menjadi variabel penting yang menjelaskan keragaman perilaku investasi Generasi Z. Oleh karena itu, menelaah persepsi risiko dalam konteks penggunaan media sosial, khususnya *X*, menjadi relevan untuk memahami lebih dalam pola pengambilan keputusan finansial generasi ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi Generasi Z pengguna platform media sosial *X*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan skala *Likert* lima poin kepada responden yang sesuai kriteria penelitian. Populasi penelitian adalah Generasi Z di media sosial *X* dengan rentang usia 13–28 tahun per Desember 2025, secara aktif menggunakan media sosial *X* dengan waktu minimal 6 bulan terakhir, dan memiliki pengalaman berinvestasi di pasar modal. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling* dan karena jumlah populasi tidak diketahui, penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus *Lemeshow* (Perayunda & Mahyuni, 2022) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} = 96,04$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$Z$  = Nilai  $Z$  pada tingkat kepercayaan tertentu (1,96 untuk 95% *confidence level*)

$p$  = Maksimal estimasi (0,5)

$d$  = *margin of error* (10%)

Berdasarkan rumus *Lemeshow* dengan taraf signifikansi 10%, diperoleh hasil perhitungan sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Setelah data terkumpul, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen, kemudian analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Pengujian meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis dengan taraf signifikansi 5%, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang valid mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi Generasi Z pengguna media sosial  $X$ .

## HASIL

### Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh 178 responden Generasi Z, namun setelah penyaringan terdapat 100 responden valid yang digunakan dalam penelitian, jumlah ini telah memenuhi syarat minimal rumus *Lemeshow*. Mayoritas responden berusia 21–24 tahun (60,1%) dan didominasi perempuan (69,1%), dengan latar belakang pendidikan terbanyak S1 (66,3%) serta status utama sebagai mahasiswa (44,4%) dan pekerja (39,3%). Hampir seluruh responden aktif menggunakan media sosial  $X$  (98,9%) lebih dari enam bulan terakhir (98,4%) dan 96,6% di antaranya pernah atau sedang berinvestasi. Instrumen yang paling banyak dipilih adalah reksa dana (57,3%) dan saham (43,3%), disusul *cryptocurrency*, obligasi, dan emas digital, sedangkan platform investasi yang dominan digunakan adalah Bibit dan Ajaib.

**Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

<i>Name</i>	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Standard Deviation</i>
<b>PR1</b>	4.290	5.000	1.042
<b>PR2</b>	4.240	4.000	0.981
<b>PR3</b>	4.120	4.000	1.023

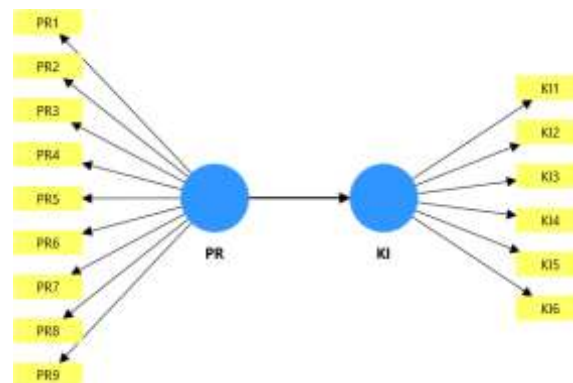
3782

<i>Name</i>	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Standard Deviation</i>
<b>PR4</b>	3.770	4.000	1.264
<b>PR5</b>	3.830	4.000	1.141
<b>PR6</b>	3.820	4.000	1.186
<b>PR7</b>	3.740	4.000	1.262
<b>PR8</b>	3.810	4.000	1.270
<b>PR9</b>	3.970	4.000	1.127
<b>KI1</b>	4.220	4.000	0.934
<b>KI2</b>	4.180	4.000	0.931
<b>KI3</b>	4.250	4.000	1.014
<b>KI4</b>	4.130	4.000	0.966
<b>KI5</b>	4.040	4.000	0.989
<b>KI6</b>	4.110	4.000	0.915

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4 (2025).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Persepsi Risiko memiliki nilai rata-rata 3,95 dengan standar deviasi 1,14, yang menunjukkan bahwa responden cukup berhati-hati dalam menghadapi potensi kerugian investasi, meskipun terdapat variasi jawaban yang relatif beragam. Sementara itu, variabel Keputusan Investasi memperoleh rata-rata 4,15 dengan standar deviasi 0,96, yang mengindikasikan bahwa responden cenderung konsisten mempertimbangkan aspek rasional sebelum mengambil keputusan investasi dengan tingkat jawaban yang relatif homogen. Temuan ini sejalan dengan Hair et al. (2017) yang menjelaskan bahwa nilai rata-rata dapat menunjukkan kecenderungan umum jawaban responden, sedangkan standar deviasi menjadi ukuran penting untuk melihat homogenitas maupun variasi data penelitian.

### *Outer Model*



**Gambar 1. Skema Model SEM-PLS**

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4 (2025).

### **Uji Validitas**

Pada uji validitas konvergen, suatu indikator dikatakan valid apabila nilai *outer loading* > 0,70 dan nilai AVE dari masing-masing konstruk > 0.50 (Hair et al., 2014). Tampilah hasil *output* sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil *Outer Loading***

	<b>X: Persepsi Risiko (PR)</b>	<b>Y: Keputusan Investasi (KI)</b>
<b>PR1</b>	0.772	
<b>PR2</b>	0.789	
<b>PR3</b>	0.766	
<b>PR4</b>	0.827	
<b>PR5</b>	0.824	
<b>PR6</b>	0.818	
<b>PR7</b>	0.867	
<b>PR8</b>	0.796	
<b>PR9</b>	0.822	
<b>KI1</b>		0.867
<b>KI2</b>		0.864
<b>KI3</b>		0.902
<b>KI4</b>		0.884
<b>KI5</b>		0.876
<b>KI6</b>		0.910

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4 (2025).

Berdasarkan tabel di atas, terlihat masing-masing konstruk memiliki nilai *outer loading* > 0,70 sehingga dapat disimpulkan semua indikator valid memenuhi syarat validitas konvergen untuk dilanjutkan ke pengujian selanjutnya. Berdasarkan pada hasil perhitungan, diperoleh nilai AVE sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil *Average Variance Extracted (AVE)***

	<b><i>Average Variance Extracted (AVE)</i></b>
<b>X: Persepsi Risiko (PR)</b>	0.655
<b>Y: Keputusan Investasi (KI)</b>	0.782

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4 (2025).

Terlihat bahwa konstruk-konstruk memiliki nilai AVE > 0,50 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator memenuhi syarat validitas diskriminan untuk dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

## Uji Reabilitas

3784

Reliabilitas konstruk dievaluasi menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR). Konstruk dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70 dan nilai CR > 0,70 (Hair et al., 2014). Nilai reliabilitas dari masing-masing konstruk disajikan pada tabel berikut:

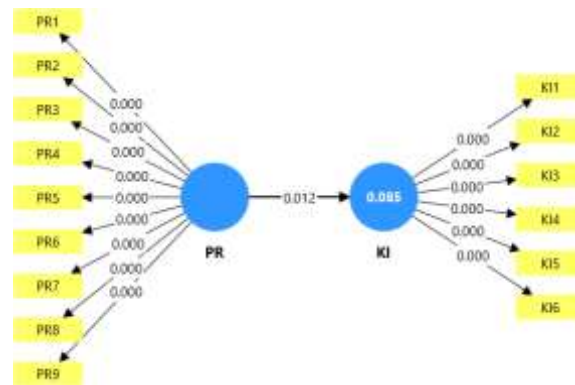
**Tabel 4. Hasil *Composite Reliability* (CR)**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	<i>Composite Reliability (rho_c)</i>
<b>X: Persepsi Risiko (PR)</b>	0.935	0.957	0.945
<b>Y: Keputusan Investasi (KI)</b>	0.944	0.950	0.955

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4 (2025).

Konstruk dikatakan reliabel jika nilai Alpha > 0,70. Dengan demikian, semua variabel dapat dikatakan andal dan seluruh konstruk memiliki reliabilitas yang sangat baik.

**Inner Model**



**Gambar 2. Hasil Uji *Inner Model***

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4 (2025).

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 5. Hasil *R-Square***

	<i>R-square</i>
<b>Y: Keputusan Investasi (KI)</b>	0.085

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4.

Nilai *R-square* sebesar 0,085, yang berarti bahwa konstruk eksogen dari Persepsi Risiko mampu menjelaskan 8,5% varians dari Keputusan Investasi. Berdasarkan klasifikasi Chin (1998), nilai ini termasuk kategori lemah karena kurang dari 0,33.

Ukuran Efek ( $f^2$ )Tabel 6. Hasil Uji *f-square*

	<i>f-square</i>	Interpretasi
PR -> KI	0.092	Kecil

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4 (2025).

Berdasarkan hasil evaluasi ukuran efek (*f-square*), diketahui bahwa variabel independen memiliki pengaruh kecil terhadap keputusan investasi. Nilai *f-square* Persepsi Risiko adalah 0,065. Menurut kriteria Cohen (1988) dalam Hair et al. (2017), nilai *f-square* sebesar 0,02 dikategorikan kecil, 0,15 sedang, dan 0,35 besar. Dengan demikian, meskipun variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan investasi, kontribusinya dalam hal ukuran efek masih tergolong rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan investasi responden kemungkinan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

**Bootstrapping**Tabel 7. Hasil *Bootstrapping*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P-values</i>
PR -> KI	0.291	0.333	0.130	2.242	0.012

Sumber: Data Diolah dengan SmartPLS 4 (2025).

Uji hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping*, menghasilkan nilai *t-statistic* dan *p-value* sebagai dasar pengambilan keputusan. Jalur dikatakan signifikan jika  $t > 1,96$  dan  $p < 0,05$  (Hair et al., 2014). Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa masing-masing konstruk memiliki nilai  $t > 1,96$  dan nilai *P-values*  $> 0,05$  sehingga dapat disimpulkan Persepsi Risiko (PR) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi (KI). Dengan *t-statistic* 2,242 dan *p-value* 0,012, ini menunjukkan bahwa persepsi risiko memang punya dampak nyata terhadap pengambilan keputusan investasi oleh responden. Artinya, semakin tinggi kesadaran responden terhadap risiko, maka semakin besar pertimbangannya dalam membuat keputusan investasi.



## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini melibatkan 100 responden Generasi Z pengguna media sosial *X* yang memiliki pengalaman berinvestasi di pasar modal, dengan mayoritas berusia 21–24 tahun dan mayoritas berstatus mahasiswa maupun pekerja muda. Instrumen penelitian menggunakan skala *Likert* 1–5 untuk mengukur variabel Persepsi Risiko dan Keputusan Investasi, dengan hasil uji *outer model* menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 sehingga valid secara konvergen, serta nilai AVE, *Composite Reliability*, dan *Cronbach's Alpha* yang memenuhi kriteria reliabilitas. Pada model struktural, hasil pengujian menunjukkan bahwa Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi, yang mengindikasikan bahwa tingkat kehati-hatian responden dalam menilai risiko menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan mereka untuk berinvestasi. Pada model struktural (*inner model*), nilai *R-square* sebesar 0,085 mengindikasikan bahwa Persepsi Risiko mampu menjelaskan 8,5% variasi Keputusan Investasi pada Generasi Z pengguna *X*. Meskipun kontribusi ini tergolong rendah, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi. Temuan ini memberikan gambaran bahwa keputusan investasi Generasi Z pengguna *X* lebih banyak dipengaruhi oleh pertimbangan terhadap risiko dan responden menilai potensi kerugian investasi tetap menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan mereka dalam memilih instrumen investasi.

### Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Z Pengguna *X*

Hasil pengujian hipotesis dengan metode PLS-SEM menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z pengguna media sosial *X*, dengan nilai *t-statistic* 2,242 dan *p-value* 0,012 (<0,05). Artinya, semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki responden, semakin hati-hati mereka dalam memilih instrumen investasi. Temuan ini sejalan dengan *Behavioral Finance Theory* yang menegaskan bahwa keputusan investasi tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti pandangan terhadap risiko, ketidakpastian, dan potensi kerugian. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang sudah pernah berinvestasi, dan jawaban kuesioner menunjukkan kecenderungan setuju terhadap pernyataan tentang kewaspadaan terhadap kerugian, kehati-hatian, serta pencarian informasi sebelum berinvestasi. Persepsi risiko dipahami sebagai pandangan subjektif investor terhadap kemungkinan kerugian pada suatu investasi (Novianggie & Asandimitra, 2019). Investor dengan persepsi risiko tinggi



cenderung lebih selektif, melakukan analisis lebih mendalam, dan memilih instrumen sesuai profil risikonya. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, seperti Fridana & Asandimitra (2020), Putri & Santos (2024), dan Badriatin et al. (2022), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, semakin cermat kualitas keputusan investasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko merupakan faktor penting dalam membentuk perilaku investasi Generasi Z pengguna X, karena kesadaran akan potensi kerugian mendorong mereka mengambil keputusan yang lebih terukur dan rasional.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Risiko terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z pengguna media sosial X, sehingga hipotesis didukung. Semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan, semakin hati-hati dan terarah keputusan investasi yang diambil, yang terlihat dari mayoritas responden setuju mempertimbangkan potensi kerugian serta mencari informasi tambahan sebelum berinvestasi. Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain periode pengumpulan data yang singkat pada tahun 2025 sehingga belum mampu menggambarkan perilaku Generasi Z dalam jangka panjang, responden yang terbatas pada Generasi Z pengguna aktif X dengan pengalaman investasi sehingga sulit digeneralisasi untuk generasi atau platform lain, serta metode pengumpulan data daring yang berpotensi menimbulkan bias terkait motivasi, kejujuran, atau pemahaman responden, ditambah pendekatan kuantitatif yang hanya menjelaskan hubungan antarvariabel secara statistik tanpa menggali faktor kontekstual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Addinpujoartanto, N. A., & Darmawan, S. (2020). Pengaruh *Overconfidence*, *Regret Aversion*, *Loss Aversion*, dan *Herding Bias* Terhadap Keputusan Investasi di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(3). <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i3.2863>
- Ainia, N. S. N., & Lutfi. (2019). The Influence of Risk Perception, Risk Tolerance, Overconfidence, and Loss Aversion Towards Investment Decision Making. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 21(3), 401–413. <https://doi.org/10.14414/jebav.v21i3.1663>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Atmaningrum, S., Kanto, D. S., & Kisman, Z. (2021). Investment Decisions: The Results of Knowledge, Income, and Self-Control. *The Asian Institute of Research Journal of Economics and Business*, 4(1), 100–112. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.04.01.324>



- Badriatin, T., Rinandiyana, L. R., & Marino, W. S. (2022). Persepsi Risiko dan Sikap Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 20(2), 158–163. <https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>
- Budiarto, A., & Susanti. (2017). Pengaruh *Financial Literacy*, *Overconfidence*, *Regret Aversion Bias*, dan *Risk Tolerance* Terhadap Keputusan Investasi (Studi pada investor PT. Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi BEI Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 1–9. <https://core.ac.uk/reader/230762860>
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), (1st ed.). Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9781410604385-10>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Routledge.
- Corter, J. E., & Chen, Y. J. (2006). Do Investment Risk Tolerance Attitudes Predict Portfolio Risk?. *Journal of Business and Psychology*, 20(3), 369–381. <https://doi.org/10.1007/s10869-005-9010-5>
- Fridana, I. O., & Asandimitra, N. (2020). Analisis Faktor yang Memengaruhi Keputusan Investasi (Studi Pada Mahasiswi di Surabaya). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 396–405. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8729>
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hasanudin, Nurwulandari, A., & Safitri, R. K. (2021). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi dan Pelatihan Pasarmodal Terhadap Keputusan Investasi yang Dimediasi oleh Minat Investasi (Studi pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana). *JIMEA | Jurnal Ilmiah Jurnal Ekono Insentif – 45 MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh *Financial Attitude*, *Financial Knowledge*, *Parental Income* Terhadap *Financial Management Behavior*. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 226–241.
- Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). (2025). *Statistik Pasar Modal Indonesia per Januari 2025*. [https://www.ksei.co.id/publications/Data\\_Statistik\\_KSEI](https://www.ksei.co.id/publications/Data_Statistik_KSEI)
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence* (18952). <http://www.nber.org/papers/w18952>
- Mutawally, F. W., & Asandimitra, N. (2019). Pengaruh *Financial Literacy*, *Risk Perception*, *Behavioral Finance* dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4), 942–953.
- Nguyen, L. T. M., Gallery, G., & Newton, C. (2016). The Influence of Financial Risk Tolerance on Investment Decision-Making in a Financial Advice Context. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 10(3), 3–22.



- Nofsinger, J. R. (2017). The Psychology of Investing. In *The Psychology of Investing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315230856>
- Novianggie, V., & Asandimitra, N. (2019). The Influence of Behavioral Bias, Cognitive Bias, and Emotional Bias on Investment Decision for College Students with Financial Literacy as the Moderating Variable. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(2), 92–107. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v9-i2/6044>
- Perayunda, I. G. A. D., & Mahyuni, L. P. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Cryptocurrency Pada Kaum Milenial. *EKUITAS: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 6(3), 351–372. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5224>
- Pradikasari, E., & Isbanah, Y. (2018). Pengaruh *Financial Literacy*, *Illusion of Control*, *Overconfidence*, *Risk Tolerance*, dan *Risk Perception* Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 424–434.
- Putra, I. P. S., Ananingtiyas, H., Sari, D. R., Dewi, A. S., & Silvy, M. (2016). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, *Experienced Regret*, dan *Risk Tolerance* Pada Pemilihan Jenis Investasi. *Journal of Business and Banking*, 5(2), 271–282. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.548>
- Putri, I. H. A., & Santoso, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi. *Ekono Insentif*, 18(1), 34–46. <https://doi.org/10.36787/jei.v18i1.1350>
- Sadalia, I., & Butar-Butar, N. A. (2016). *Perilaku Keuangan: Teori dan Implementasi*. Pustaka Bangsa Press.
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Aplikasi *Shopee*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9, 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Setiawan, Y. C., Atahau, A. D. R., & Robiyanto, R. (2018). *Cognitive Dissonance Bias*, *Overconfidence Bias* dan *Herding Bias* dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 1(1). <https://doi.org/10.26905/afr.v1i1.1745>
- Sood, K., Pathak, P., & Singh, S. (2023). Behavioral Finance and Investor Types: Managing Behavior to Make Better Investment Decisions. *Qualitative Research in Financial Markets*, 15(5). <https://doi.org/10.1108/qrfm-11-2023-237>
- Tanvir, M., Sufyan, M., & Ahsan, A. (2016). Investor's Emotional Intelligence and Impact on Investment Decision. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 5(3), 12–28. <https://doi.org/10.6007/ijarems/v5-i3/2237>
- Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making J. Behav. Dec. Making*, 12(3), 183–206.