

Jenis Artikel: Artikel Penelitian

Era Digitalisasi Ekonomi: *Influencer*, Literasi Keuangan, *Self-control* dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi

Nyimas Dewi Murnila Saputri*, Parama Santati, dan Melisa Ariani Putri



AFILIASI:

Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas
Sriwijaya, Sumatera Selatan,
Indonesia

***KORESPONDENSI:**

murnilasaputri@fe.unsri.ac.id

DOI: [10.18196/rabin.v8i3.22415](https://doi.org/10.18196/rabin.v8i3.22415)

SITASI:

Saputri, N. D. M., Santati, P., & Putri, M. A. (2024). Era Digitalisasi Ekonomi: *Influencer*, Literasi Keuangan, *Self-control* dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Investasi. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 8(3), 325-341.

PROSES ARTIKEL

Diterima:

20 Mei 2024

Reviu:

04 Jul 2024

05 Agu 2024

Revisi:

23 Jul 2024

06 Agu 2024

Diterbitkan:

23 Sep 2024



Abstrak

Latar Belakang: Perkembangan teknologi dan transaksi ekonomi digital mendorong perubahan pola pikir dan perilaku individu dalam pengambilan keputusan ekonomi dan keputusan investasi. Kemudahan dalam akses informasi dan komunikasi melalui media sosial telah memunculkan banyak *influencer* termasuk dibidang keuangan seperti membagikan tips-tips untuk mulai berinvestasi, cara untuk memilih instrumen investasi, bahkan memberikan saran untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Kemudian akses informasi ini juga dapat meningkatkan literasi keuangan, selain itu menjadikan pengetahuan dasar bagi individu mengenai produk keuangan sebagai acuan pengambilan Keputusan investasi yang memberikan imbal hasil. Selain adanya imbal hasil, investasi juga mempunyai risiko yang menyertainya, disinilah peran individu dalam mengambil keputusan investasi dan melakukan *self-control* agar tidak terjebak dalam investasi yang merugikan.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Influencer*, literasi keuangan, *self-control* terhadap keputusan investasi di era ekonomi digital.

Metode Penelitian: Sampel penelitian ini yaitu masyarakat Indonesia yang pernah melakukan investasi minimal salah satu dari berbagai macam produk investasi, yang dilakukan dengan teknik *non-probability sampling*. Ukuran sampel yang digunakan berjumlah 100 dan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil Penelitian: Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa *Influencer* dan *self-control* terbukti tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi, sedangkan variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi.

Keaslian/Kebaruan Penelitian: Penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan terhadap pengambilan keputusan investasi ditengah gempuran era digitalisasi ekonomi.

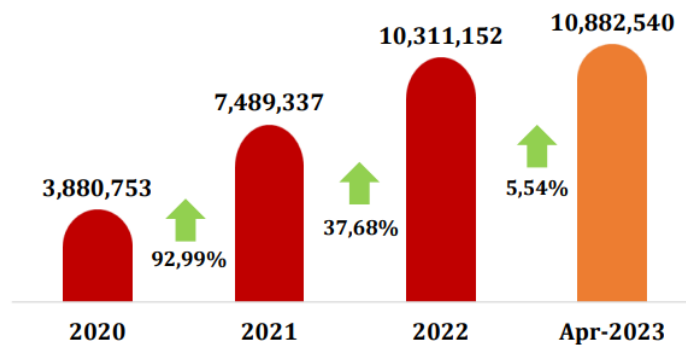
Kata kunci: Ekonomi Digital; *Influencer*; Keputusan Investasi; Literasi Keuangan; *Self-control*

Pendahuluan

Teknologi terbaru berbasis digital telah memasuki Indonesia dalam berbagai bidang termasuk ekonomi (Idat, 2019). Perkembangan bisnis dan kegiatan perdagangan berbasis teknologi informasi dan komunikasi mencerminkan pertumbuhan dalam ekonomi digital (Saputri dkk., 2023).

Dampak positif perkembangan teknologi dan inovasi memberikan banyak kemudahan dalam melakukan aktivitas manusia. Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi mendorong segala bentuk aktivitas ekonomi dilakukan secara *online* melalui digitalisasi produk-produk keuangan. Ekonomi digital adalah segala aktivitas ekonomi yang menggunakan bantuan teknologi maupun *artificial intelligence* (AI) dalam praktiknya. Sektor jasa keuangan telah berkembang pesat dan memberikan peluang lebih besar kepada individu untuk mengakses produk dan/atau layanan keuangan, namun, pada saat yang sama, sektor jasa keuangan menjadi lebih kompleks, terlebih lagi pada masa pandemi COVID-19 yang mendorong adanya inovasi layanan keuangan digital, telah menimbulkan tantangan dan risiko baru (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Adanya pembatasan dalam kegiatan dan pemberlakuan *physical distancing* pada saat pandemi COVID-19 telah membuat peningkatan dalam transaksi keuangan digital. Pembatasan ini juga yang menyebabkan kemampuan masyarakat dalam beradaptasi dengan teknologi digital semakin meningkat, termasuk dalam penggunaan sistem pembayaran dan layanan-layanan keuangan *online*. Percepatan transformasi digital dalam segala aspek kehidupan, salah satunya sektor jasa keuangan merupakan dampak dari krisis pandemi COVID-19 (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Percepatan tingkat pertumbuhan ekonomi di suatu negara khususnya Indonesia dapat dipengaruhi oleh besarnya jumlah investasi (Mardiana & Rochmawati, 2020). Menurut Ellen dan Yuyun (2018) aktivitas investasi yang ada di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat salah satunya melalui data kenaikan jumlah investor saham dan surat berharga lainnya dalam beberapa tahun terakhir pada Gambar 1.



Gambar 1 Jumlah Investor Saham dan Surat Berharga Lainnya
Sumber: ksei.co.id

Data lain yang diambil dari badan pusat statistik menunjukkan peningkatan jumlah investasi yang digambarkan melalui realisasi investasi penanaman modal dalam negeri untuk Indonesia yaitu Rp 413.535,5 Milyar pada tahun 2020, meningkat menjadi Rp 447.063,6 Milyar pada tahun 2021, dan meningkat kembali menjadi 552.769 Milyar pada tahun 2022.

Investasi merupakan kegiatan penanaman modal dalam bidang tertentu dengan tujuan untuk meningkatkan kekayaan, menghasilkan *passive income*, dan mencapai tujuan keuangan dalam jangka waktu panjang. Investasi artinya perjanjian yang terjadi saat ini atas uang atau sumber daya lain yang bertujuan untuk mendapatkan untuk di waktu yang

akan datang (Bodie dkk., 2014). Investasi merupakan bagian penting dalam perencanaan keuangan yang membantu investor mencapai tujuan keuangan dan mengamankan masa depan yang lebih stabil, sehingga membutuhkan keputusan investasi yang matang.

Keputusan investasi merupakan proses menentukan bagaimana, kapan dan dimana investor akan mengalokasikan dananya untuk mencapai tujuan keuangan. Budiarto dan Susanti (2017) mengungkapkan bahwa keputusan investasi terkait dengan pengambilan kebijakan di antara berbagai alternatif penanaman modal untuk menghasilkan keuntungan di masa depan. Keputusan investasi yang dilakukan akan berdampak pada kesejahteraan investor kudepanya, maka investor harus membuat diversifikasi dalam portofolio investasinya. Pengetahuan mengenai investasi termasuk jenis, *return*, dan risiko dari investasi dapat memudahkan seseorang untuk memutuskan dalam berinvestasi (Bone & Saputra, 2019). Hal ini juga dapat membantu investor dalam melakukan diversifikasi portofolionya. Perkembangan kebutuhan investasi terus bertumbuh pada masyarakat, akan membuat investor memiliki asumsi bahwa dalam melakukan investasi, maka akan menghasilkan pendapatan tambahan. Namun, di dalam berinvestasi tidak hanya imbal hasil yang mungkin akan didapatkan dimasa depan, tetapi ada juga risiko yang mengikutinya, sehingga investor harus memilih investasi mana yang tepat.

Era digitalisasi ekonomi menciptakan instrumen investasi yang semakin beragam. Kunci pembangunan di era digitalisasi adalah keterbukaan terhadap akses informasi keuangan (Marginingsih, 2021). Munculnya inovasi teknologi dalam digitalisasi ekonomi melalui media sosial mempengaruhi aktivitas ekonomi sosial masyarakat di Indonesia (Maharani & Ulum, 2019). *Trend* penggunaan media sosial yang terus meningkat menyajikan peluang yang besar bagi perusahaan dalam melayani konsumen yang terhubung secara digital. Teknologi digital mengubah gaya hidup masyarakat yang dekat dengan ponsel dan internet juga didukung oleh fasilitas pelayanan berbasis digital (Fadzar dkk., 2020). Kemajuan teknologi diantaranya adalah berkembangnya *social media* dimana manusia dapat dengan mudah berinteraksi dan mendapatkan informasi serta menyebarkannya. *Financial influencer* umumnya membagikan pengetahuan dan pengalaman mereka berinvestasi melalui media sosial seperti membagikan tips-tips untuk mulai berinvestasi, cara untuk memilih instrumen investasi, bahkan memberikan saran untuk berinvestasi pada suatu perusahaan (Adiningsih & Ghofar, 2022). Peran *influencer* dapat membuat seseorang tertarik untuk mengikuti apa yang mereka lakukan termasuk dalam pengambilan keputusan investasi.

Selain itu, literasi keuangan sangat penting di dalam proses pengambilan keputusan investasi (Ellen & Yuyun, 2018). Literasi keuangan merupakan pengukuran terhadap pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan, dan memiliki kemampuan dan keyakinan untuk mengatur keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang, serta memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi (Fridana & Asandimitra, 2020). Literasi keuangan merupakan keahlian individu dalam menguasai informasi keuangan yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan yang juga digunakan untuk meningkatkan *financial skill*. Mardiana dan Rochmawati (2020) menyatakan *financial skill* meliputi teknik pembuatan keputusan keuangan berupa penyusunan anggaran dana, penggunaan dana

untuk investasi dan penggunaan kredit. Literasi keuangan menjadi pengetahuan dasar mengenai keuangan dan produknya untuk dikelola dan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan secara efektif untuk mencapai imbal hasil dimasa yang akan datang (Novianggie & Asandimitra, 2019). Salah satu penjabaran visi yang tertuang di dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025 yaitu memanfaatkan teknologi digital dalam peningkatan indeks literasi keuangan.

Teori *herding behavior* menyatakan bahwa individu melakukan tindakan serupa dari orang lain (Novianggie & Asandimitra, 2019). Memilih untuk mengikuti keputusan orang lain diyakini akan memberikan keuntungan bagi dirinya dimasa yang akan datang. *Self-control* adalah kekuatan atas diri oleh dirinya sendiri (Pritazahara & Sriwidodo, 2015). Kontrol diri menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan *kognitif* untuk menyatukan perilaku yang telah disusun agar dapat meningkatkan hasil dan tujuan tertentu yang diinginkan (Ghufron & Suminta, 2010). Kontrol perilaku berimplikasi terhadap niat seseorang berdasarkan pada asumsi dimana kontrol perilaku individu dapat menghasilkan dorongan motivasi untuk orang tersebut. *Self-control* dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan. *Self-control* diperlukan oleh investor agar tidak terjebak dalam investasi yang merugikan.

Penelitian mengenai keputusan investasi terkait variabel yang mempengaruhinya telah dikaji oleh beberapa peneliti sebelumnya. *Herding bias* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi yang artinya investor cenderung mempertimbangkan saran orang lain dalam mengambil keputusan investasi (Novianggie & Asandimitra, 2019). Sejalan dengan pendapat Adiningsih dan Ghofar (2022) yang menyatakan *financial influencer* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Karunia dan Seno (2023), dimana *influencer* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi.

Penelitian Novianggie dan Asandimitra (2019), Fridana dan Asandimitra (2020), serta Darwati dkk. (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, sedangkan pendapat Budiarto dan Susanti (2017), serta Ellen dan Yuyun (2018) menyatakan literasi keuangan tidak memberi pengaruh terhadap keputusan investasi seseorang. Yanti dkk. (2021) menyatakan kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan berbeda dengan hasil penelitian Darwati dkk. (2022) yang menyatakan bahwa *self-control* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh *Influencer*, literasi keuangan, *self-control* terhadap keputusan investasi, serta menjadi bahan rujukan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi di tengah gempuran era digitalisasi ekonomi.

Tinjauan Literatur dan Perumusan Hipotesis

Teori ekonomi digital yang dikemukakan oleh Tapscott (1996) adalah bentuk perubahan sosio politik dan sistem ekonomi ruang intelijen. Ekonomi digital merupakan aktivitas

ekonomi dan bisnis yang berbasis pada teknologi digital (Idat, 2019). Ekonomi digital terkait dalam perspektif ketahanan ekonomi nasional dalam kemandirian dan berdaya saing. Digitalisasi ekonomi akan mempermudah seseorang dalam bertransaksi seperti belanja, transportasi, pembayaran dan investasi serta akses layanan keuangan secara *online*. Idat (2019) menyatakan bahwa ekonomi digital berdasarkan pemahaman penggunaan data besar dan internet dalam berbagai aktifitas, teknologi robotik, kecerdasan buatan sampai dengan penggunaan sensor secara umum telah membawa transaksi ekonomi untuk lebih murah, lebih cepat dan lebih efektif. Adanya transaksi ekonomi digital turut menumbuhkan perubahan dalam pola pikir baik individu maupun organisasi untuk pengambilan keputusan ekonomi dan transaksi agar lebih efektif dan efisien.

Behavioral Finance Theory yaitu teori yang menyatakan tentang pengaruh psikologi pada perilaku keuangan yang menjelaskan bahwa beberapa fenomena keuangan dapat dipahami (Mutawally & Haryono, 2019). Teori keuangan konvensional dianggap kurang memperhatikan bagaimana sebenarnya individu dalam membuat keputusan dan bahwa setiap orang membuat perbedaan (Sumani dkk., 2013). Sejalan dengan pendapat Fridana dan Asandimitra (2020) yang menyatakan *behavior finance* merupakan tindakan seseorang di dasari pada psikologisnya, artinya bahwa tindakan seseorang tidak selalu didasari oleh sikap rasionalnya saja, tetapi juga psikologinya. Kahneman dan Tversky (1979) menjelaskan teori prospek yaitu ada keterlibatan emosi, kesukaan, sifat dan berbagai macam hal yang melekat di dalam diri manusia yang dapat menyebabkan manusia tidak selalu berperilaku secara rasional di dalam mengambil sebuah keputusan. Hal yang perlu menjadi fokus perhatian didalam berinvestasi yaitu pengambilan keputusan investasi. Banyaknya *platform* investasi digital yang bisa dilakukan transaksi non tunai memberikan dampak besar bagi investor dalam memilih investasi (Nurohman & Qurniawati, 2022).

Pengaruh *Influencer* terhadap Keputusan Investasi

Ada berbagai macam tipe investor salah satunya adalah investor yang selalu mengikuti pendapat investor lain dalam mengambil keputusan investasi atau yang biasa disebut dengan *herding bias* (Novianggie & Asandimitra, 2019). Konsep *herding* adalah perilaku yang dilakukan investor dengan mengikuti investor lainnya (Mutawally & Haryono, 2019). *Herding behavior* mengungkapkan kecenderungan perilaku untuk mengikuti tindakan kelompok yang disebabkan terpengaruh informasi tentang keputusan investasi yang dilakukan oleh kelompok atau individu tertentu dimana dianggap lebih ahli (Sihotang & Pertiwi, 2021). Hal ini didukung oleh hasil penelitian Ellen dan Yuyun (2018) yang menyatakan bahwa seseorang dapat ikut-ikutan dalam melakukan pengambilan investasi dari investor yang dianggap ahli. Pada era digitalisasi yang meningkatkan penggunaan media sosial, individu cenderung mengikuti apa yang dilakukan orang dengan jumlah pengikut signifikan di media sosial atau kita sebut dengan *Influencer*.

Influencer dalam konteks investasi yaitu pihak yang mampu untuk menjelaskan berbagai hal mengenai investasi dan dapat memberikan pengaruh kepada pengikutnya di media sosial terhadap keputusan investasi (Fauzianti & Retnosari, 2022). *Influencer* dapat

mempengaruhi pemahaman investor dan keputusan investasinya. *Influencer* yang memiliki reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan investor, sehingga menyebabkan investasi yang mereka rekomendasikan terlihat menarik bagi investor (Maulida & Effendy, 2024). *Herding bias* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi yang artinya investor cenderung mempertimbangkan saran orang lain dalam mengambil keputusan investasi (Novianggie & Asandimitra, 2019). Hal ini sejalan dengan pendapat Adiningsih dan Ghofar (2022) yang menyatakan *financial influencer* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan:

H₁: Influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Keputusan investasi bersifat individual dimana bergantung pada pribadi bebas sepenuhnya, sehingga didahului dengan telaah pertimbangan secara matang terlebih dahulu sebelum pengambilan keputusan investasi tersebut dilakukan (Budiarto & Susanti, 2017). Investor harus lebih banyak mencari informasi mengenai investasi yang akan dilakukan (Ellen & Yuyun, 2018). Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan mengenai konsep dasar keuangan beserta produk keuangan untuk dikelola sebagai acuan dalam mengambil keputusan secara efektif agar mendapatkan kesejahteraan *financial* di masa depan (Budiarto & Susanti, 2017). Literasi keuangan diawali dengan mengetahui, memahami dan menjadi terampil dalam mengolah dana yang dimiliki secara bijak. Sumber pendapatan melalui pemahaman keuangan dapat diinvestasikan ke berbagai macam bentuk investasi seperti saham, properti, obligasi, serta alternatif-alternatif lain, dengan terlebih dahulu memahami risiko yang ada, sehingga investor tersebut mampu lebih bijak dan lebih berani di dalam mengambil keputusan investasi (Pangestika & Rusliati, 2019).

Hal ini sejalan dengan pendapat Novianggie dan Asandimitra (2019) yang menyatakan bahwa seorang investor yang memiliki literasi keuangan yang baik akan menggunakan informasi perusahaan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan investasi, berbeda dengan mereka yang memiliki kualitas literasi yang buruk, maka cenderung mengikuti keputusan suatu kelompok dalam mengambil keputusan investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Novianggie dan Asandimitra (2019), Fridana dan Asandimitra (2020), serta Darwati dkk. (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan:

H₂: Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi.

Pengaruh *Self-control* terhadap Keputusan Investasi

Ajzen (1991) menyatakan *Theory of Planned Behavior* mengungkapkan bahwa manusia memiliki kecenderungan dalam bertindak berdasarkan minat dan persepsi pengendalian

terhadap suatu perilaku yang dipengaruhi berdasarkan tiga unsur yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol atas perilaku. Kontrol perilaku memperlihatkan mudah atau sulitnya individu bertindak dan dianggap menjadi cerminan pengalaman di masa lalu (Yanti dkk., 2021). Ghufro dan Suminta (2010) menyebutkan *Self-control* merupakan kemampuan dalam mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk mengendalikan perilaku yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. *Self-control* digunakan untuk membantu individu dalam mengatasi berbagai hal merugikan yang berasal dari luar dimana mungkin akan terjadi.

Self-control dianggap sebagai suatu keterampilan yang berharga dimana semakin tinggi kontrol diri semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku. *Self-control* didalam bidang keuangan adalah suatu kegiatan yang mendorong individu dalam berhemat dengan mengurangi pembelian yang bersifat impulsif (Pritazahara & Sriwidodo, 2015). Faktor psikologi yang dapat mempengaruhi investasi adalah *Self-control* (Anwar dkk., 2023). *Self-control* yang baik diperlukan untuk meningkatkan kecenderungan perilaku berpikir lebih positif dalam memanfaatkan informasi untuk perencanaan keuangan dan keputusan investasi. *Self-control* mempunyai peran besar dalam menjelaskan keputusan investasi (Riaz & Akhtar, 2024). Hasil penelitian Darwati dkk. (2022) dan (Riaz & Akhtar, 2024) menyatakan bahwa *self-control* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Mala dkk., 2024) yang menunjukkan bahwa *Self-control* mampu menjadi prediktor terhadap keputusan investasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan:

H₃: *Self-control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan data primer yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Influencer*, literasi keuangan, *self-control* terhadap keputusan investasi di era digitalisasi ekonomi. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner. Survei dilakukan melalui *online* menggunakan *Google Forms* dengan cara mengirimkan link kuesioner melalui media sosial. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer berbentuk persepsi subjek penelitian menggunakan pengukuran skala likert 5 point, dimana 1 untuk "Sangat Tidak Setuju" sampai dengan 5 untuk "Sangat Setuju".

Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang pernah melakukan investasi minimal salah satu dari berbagai macam produk investasi termasuk juga investasi *Fintech* seperti: saham, reksadana, emas, valas, obligasi, deposito, tabungan, properti, *peer-to-peer lending* (*P2P Lending*), *Equity Crowdfunding*, dan *Crypto Asset*. Dikarenakan jumlah populasi besar dan juga tidak diketahui, maka penelitian menggunakan sampel yang diambil dari populasi dengan menggunakan rumus *Lemeshow* berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$
$$n = \frac{(0,9604)}{0,01}$$
$$n = 96,04$$

Dengan keterangan n adalah jumlah sampel, z adalah nilai, standart adalah 1.96, p adalah estimasi (estimasi yang digunakan sebesar 50%) dan d adalah alpha atau *sampling error* yakni 10%.

Dari hasil perhitungan sampel diatas didapatkan jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti dibulatkan menjadi 100 sampel yang bersumber dari 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling* dimana peneliti dapat menggunakan siapa saja untuk menjadi responden selama memenuhi karakteristik responden yaitu minimal 1 tahun dalam melakukan investasi.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Uji instrumen akan digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian ini, uji kelayakan data menggunakan uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastitas), sedangkan model struktural akan digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian ini. Berdasarkan model penelitian tersebut, maka persamaan regresi untuk penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dengan keterangan α adalah konstanta, β_1 , β_2 , β_3 koefisien dari variabel X, X_1 adalah *Influencer*, X_2 adalah Literasi Keuangan, X_3 adalah *Self-control*, Y adalah keputusan Investasi, dan e adalah *error*.

Hasil dan Pembahasan

Profil Responden

Data penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang telah disebarakan secara *online* di berbagai media sosial. Responden yang diteliti berjumlah 100 orang. Hasil pengolahan data profil responden ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi berdasarkan Jenis kelamin, tahun kelahiran, pekerjaan, tingkat pendidikan dan pengalaman investasi yang tersajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	32
	Perempuan	68
Usia	43-58 Tahun	6
	27-42 Tahun	50
	≤26 Tahun	44
Pekerjaan	ASN/ Pegawai Pemerintahan/BUMN	23
	Pegawai Swasta	35
	Wirausahawan	7
	Mahasiswa	27
	Lainnya	8
Pendidikan	SMA	13
	Diploma	9
	S1	60
	S2	16
	S3	2

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 68 orang lebih banyak dari pada responden laki-laki sebanyak 32 orang. Responden terbanyak di rentang usia produktif yaitu berusia 27 sampai 42 Tahun sejumlah 50 orang dibandingkan dengan responden dengan usia ≤26 Tahun yang berjumlah 44 orang. Responden dengan usia 43-58 Tahun paling sedikit yaitu sejumlah 6 orang. Diketahui pula responden terbanyak memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 35%, kemudian ASN/Pegawai Pemerintahan/BUMN sebanyak 23%, diikuti dengan mahasiswa sebanyak 27%, pekerjaannya lainnya sebanyak 8% dan yang paling sedikit wirausahawan sebanyak 7%. Sedangkan, tingkat pendidikan responden sebagian besar berpendidikan Sarjana Strata-1 (S1) sebanyak 60%, dilanjutkan dengan S2 sebanyak 16%, SMA 13%, Diploma 9% dan S3 2%.

Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan alat ukur dalam mengukur sah atau benar-benar valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Setelah dilakukan pengolahan uji validitas dengan metode *Product Moment Pearson Correlation*, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Instrumen	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
<i>Influencer</i>	X.1.1.	0,761**	Valid
	X.1.2.	0,926**	Valid
	X.1.3.	0,929**	Valid
	X.1.4.	0,918**	Valid
Literasi Keuangan	X.2.1.	0,760**	Valid
	X.2.2.	0,763**	Valid
	X.2.3.	0,815**	Valid
	X.2.4.	0,756**	Valid
	X.2.5.	0,713**	Valid
	X.2.6.	0,778**	Valid
<i>Self-control</i>	X.3.1.	0,529**	Valid
	X.3.2.	0,731**	Valid
	X.3.3.	0,776**	Valid
	X.3.4.	0,684**	Valid
Keputusan Investasi	Y.1.	0,548**	Valid
	Y.2.	0,599**	Valid
	Y.3.	0,655**	Valid
	Y.4.	0,446**	Valid
	Y.5.	0,500**	Valid
	Y.6.	0,765**	Valid

Hasil uji validitas berdasarkan Tabel 2 diatas mengungkapkan bahwa seluruh item didalam kuesioner penelitian untuk semua variabel adalah valid karena nilai korelasi signifikan pada level 0,01 (*2-tailed*), sehingga dapat dipakai sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk melihat konsisten atau tidaknya sebuah kuesioner. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *cronbach* . Hasil Pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Influencer</i>	0,908	Reliabel
Literasi Keuangan	0,851	Reliabel
<i>Self-control</i>	0,604	Reliabel
Keputusan Investasi	0,614	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3 diatas, uji reliabilitas membuktikan bahwa semua butir dari pernyataan kuesioner penelitian ini reliabel atau konsisten. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach alpha* seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dipakai sebagai instrumen penelitian.

Uji Hipotesis

Berdasarkan Tabel 4 didapatkan hasil bahwa variabel *influencer* mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,922 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa

Influencer tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar $<0,001$ lebih kecil dari $0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Variabel *self-control* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,618$ lebih besar dari $0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *self-control* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Tabel 4 Rangkuman Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	Nilai t	Signifikansi
(Constant)	7,604	3,893	$<0,001$
<i>Influencer</i>	-0,036	-0,501	0,922
Literasi Keuangan	0,483	8,250	$<0,001$
<i>Self-control</i>	0,011	0,098	0,618
<i>Adjusted R²: 0,402</i>			

Selanjutnya, pengujian Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kontribusi variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen. Dari hasil pengujian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R²* sebesar $0,402$ berarti variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Influencer*, Literasi Keuangan, dan *Self-control* mampu menjelaskan variasi sebesar $40,2\%$ terhadap keputusan investasi, sedangkan sisanya sebesar $59,8\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Pengaruh *Influencer* terhadap Keputusan Investasi

Pengambilan keputusan investasi juga dapat dipengaruhi oleh perilaku *herding* yaitu perilaku dimana seorang investor meniru investor lainnya dalam pengambilan keputusan investasi. Perilaku *herding* terjadi karena adanya sesuatu yang menggiring investor untuk mengikuti investor lain dalam mengambil keputusan (Leiwakabessy dkk., 2021; Fathmaningrum & Utami, 2022). *Influencer* dalam investasi atau sering disebut *financial influencer* merupakan individu yang membagikan pengetahuan, bahkan memberikan saran terkait investasi dan keuangan melalui media sosial, dimana dapat menjadi sumber inspirasi bagi investor dalam menentukan investasinya terutama dalam *platform* digital.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Karunia dan Seno (2023) yang menyatakan bahwa *Influencer* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *influencer* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi, artinya investor selalu berhati-hati dan melakukan riset sendiri, serta mempertimbangkan saran dari berbagai sumber sebelum membuat keputusan investasi. Investor cenderung semakin sadar akan pentingnya kesadaran digital sebelum mengikuti orang lain dalam pengambilan keputusan investasi. Kesadaran digital merupakan kesadaran mengenai pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan oleh individu dalam menggunakan perangkat digital dengan efektif. Kesadaran digital memungkinkan individu dalam menggunakan teknologi dengan lebih aman, sehingga penggunaan teknologi modern akan aman, terkontrol dan kaya akan peluang (Ismail dkk., 2023). Dengan tingkat literasi dan kesadaran digital yang tinggi, seorang investor mampu

menyaring informasi keuangan yang didapatkan dari *influencer*, sehingga tidak hanya ikut-ikutan dalam pengambilan keputusan.

Hal ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa literasi keuangan mampu mengurangi efek ikut-ikutan dalam berinvestasi (Saputri, dkk., 2023). Literasi keuangan merupakan faktor pendukung investor untuk mengurangi perilaku, dan menunjukkan partisipasi investor kearah lebih positif dalam menghasilkan pengambilan keputusan yang berkualitas (Siratan & Setiawan, 2021). Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana dalam membagikan berbagai informasi dan sarana promosi, sehingga penting dalam meningkatkan literasi digital agar dapat mengevaluasi dan memanfaatkan teknologi informasi serta komunikasi dengan cermat, kritis, bijak dan tepat (Sentoso dkk., 2021). Sehingga, hasil penelitian variabel *influencer* terhadap keputusan investasi memerlukan analisis dan pemahaman lebih lanjut untuk mengetahui pengaruhnya. Salah satunya juga dapat melihat faktor demografi dari responden. Faktor demografi responden mempunyai aspek keunikan dalam menunjukkan kondisi sosio-ekonomi investor dimana menumbuhkan perilaku, sehingga investor tidak dapat bergantung atau mengandalkan keputusan investasi yang dilakukan oleh orang lain (Siratan & Setiawan, 2021).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Literasi keuangan merupakan pemahaman dan pengelolaan keuangan, termasuk kredit, tabungan, investasi, serta pengelolaan risiko. Literasi keuangan digital merupakan pengetahuan dan pemahaman individu terkait dengan produk dan layanan keuangan pada teknologi digital (Rahayu, 2022). Individu dengan tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi akan cenderung memiliki perencanaan dan kemungkinan sukses yang lebih tinggi (Suryanto dkk., 2024). Dengan perencanaan yang baik, seseorang akan mampu mengambil Keputusan investasi sesuai dengan literasi keuangan yang dimilikinya. Peran literasi keuangan sangat penting terutama di dalam pemahaman akan produk investasi sehingga investor mampu membuat keputusan investasi yang tepat sesuai dengan imbal hasil yang diharapkan (Budiarto & Susanti, 2017). Pengetahuan keuangan akan mendorong investor dalam mengambil keputusan yang lebih rasional dan berkualitas.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Novianggie dan Asandimitra (2019), Fridana dan Asandimitra (2020), Darwati dkk., (2022), serta Karunia dan Seno (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Artinya semakin tinggi tingkat literasi dan pemahaman keuangan yang dimiliki oleh investor, maka pengambilan keputusan investasi oleh investor juga akan meningkat. Atmaningrum dkk. (2021) mengungkapkan bahwa dengan tingginya tingkat pengetahuan seseorang didalam pengelolaan keuangan, maka tingkat perencanaan serta pengambilan keputusan investasi pun akan semakin baik.

Dalam era digitalisasi ekonomi dimana terjadi transformasi proses ekonomi dengan menggunakan teknologi digital, termasuk dalam penggunaan data untuk analisis pasar dan pengambilan Keputusan keuangan, peran literasi keuangan sangat penting. Literasi keuangan bermanfaat dalam meningkatkan kemampuan untuk mengevaluasi informasi serta mengambil keputusan investasi yang efektif terutama dalam lingkungan digital yang

sering kali lebih kompleks dan cepat mengalami perubahan. Literasi keuangan merupakan faktor penentu yang krusial dalam memastikan perencanaan dan pengelolaan keuangan yang efektif di era digital saat ini (Muaviah dkk., (2023)). Literasi keuangan didalam digitalisasi ekonomi memiliki peran dalam meningkatkan akses ke layanan keuangan, mengurangi risiko penipuan dalam investasi, mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik, mendorong inklusi keuangan serta dapat pula memfasilitasi inovasi keuangan.

Pengaruh *Self-control* terhadap Keputusan Investasi

Faktor psikologi yang berkaitan dengan investasi tidak lepas dari usaha individu untuk memperoleh penghasilan pendapatan atas investasi dimasa depan, dimana investor dapat memilih berbagai investasi sesuai dengan keinginan dan harapannya. *Self-control* didalam pengelolaan keuangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk merencanakan investasi dengan cara mengendalikan dana yang dimiliki agar dapat melaksanakan perencanaan investasi dengan baik (Anwar dkk., 2023).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Atmaningrum dkk. (2021) dimana menemukan bahwa *self-control* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi. *Self-control* merupakan salah satu komponen regulasi diri dimana merupakan karakteristik yang mendorong investor untuk membatasi emosi, sentimen, sikap, dan tindakan spesifik mereka. Kontrol perilaku menawarkan pemahaman tentang mudah atau tidak dalam melakukan suatu perilaku tertentu. Perilaku keuangan individu dapat dipengaruhi dengan sikap keuangannya dimana individu yang tidak bijaksana akan cenderung memiliki perilaku keuangan yang buruk dan tidak memiliki kontrol pribadi atas perilaku keuangannya. Faktor emosi juga dapat menjadi penyebab, dimana investor mengedepankan perasaan dan tindakan impulsif dibandingkan dengan fakta.

Investor sering kali sulit dalam mengontrol diri mereka saat melakukan transaksi di pasar modal dan kerap dikuasai oleh rasa takut dan keserakahan yang berlebihan, sehingga timbul keragu-raguan saat instrumen investasinya sedang turun atau serakah saat memperoleh keuntungan sehingga cenderung tidak dapat mengontrol diri dan tidak dapat mempertimbangkan setiap risiko yang ada atau bersifat *irasional*. Sehingga didalam pengambilan Keputusan investasi, *self-control* tidak menjadi salah satu faktor penentu. Hal ini didukung oleh Yanti dkk. (2021) yang mengungkapkan bahwa kontrol perilaku tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan. Karakteristik responden yang berbeda juga dapat menjadi indikasi mengapa *Self-control* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Wahyuni dan Pramono (2021) mengungkapkan bahwa usia dan tingkat pendidikan dapat mempengaruhi keputusan investasi. Jenis kelamin, usia, pekerjaan dan tingkat pendidikan menjadi faktor dominan dalam membentuk sebuah perilaku investor dalam pengambilan keputusan investasi (Siratan & Setiawan, 2021).

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris pengaruh *influencer*, literasi keuangan, dan *self-control* terhadap Keputusan investasi. Hasil menunjukkan bahwa variabel *influencer* dan *self-control* terbukti tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Tingkat literasi dan kesadaran digital yang tinggi dapat membuat seorang investor mampu lebih berhati-hati dan menyaring informasi keuangan yang didapatkan dari *influencer*, sehingga tidak hanya ikut-ikutan dalam pengambilan keputusan investasi. Didalam pengambilan keputusan investasi, *self-control* tidak menjadi salah satu faktor penentu, dimana faktor emosi dapat menjadi penyebab. Investor lebih mengedepankan perasaan dan berupa tindakan impulsif dibandingkan dengan fakta. Karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan dan tingkat pendidikan yang berbeda juga dapat menjadi indikasi mengapa *influencer* dan *Self-control* tidak memengaruhi keputusan investasi.

Variabel Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi, artinya semakin tingginya tingkat literasi keuangan investor, maka investor tersebut akan lebih mudah dalam memilih alternatif investasi. Peningkatan pemahaman mengenai investasi akan berpengaruh terhadap keputusan investor dalam melakukan investasinya. Literasi keuangan merupakan kunci dalam memaksimalkan manfaat dari digitalisasi ekonomi, terutama dalam Keputusan investasi.

Disarankan untuk para investor dapat meningkatkan literasi keuangannya sehingga dapat membantu investor dalam pengambilan keputusan investasi terutama pada era digitalisasi ekonomi saat ini. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diperkirakan dapat berpengaruh terhadap keputusan investasi.

Daftar Pustaka

- Adiningsih, A. D. A., & Ghofar, A. (2022). Pengaruh Financial Influencer dan Webinar Investasi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Mahasiswa. *Reviu Akuntansi, Keuangan Dan Sistem Informasi*, 1(1), 122–131.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anwar, M., Irbayuni, S., Wikartika, I., & Pratikto, H. (2023). Behavioural Bias in Investment Decisions: Moderate Role of Self Control. *JPPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(1), 490–498. <https://doi.org/10.29210/020231798>
- Atmaningrum, S., Kanto, D. S., & Kisman, Z. (2021). Investment Decisions: The Results of Knowledge, Income, and Self-Control. *Journal of Economics and Business*, 4(1), 100–112. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.04.01.324>
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2014). *Investments* (Tenth Edit). McGraw-Hill Education.
- Bone, H., & Saputra, P. H. (2019). Faktor Individu, Persepsi Risiko, Dan Sikap Terhadap Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 14(2), 108–121. <https://doi.org/10.33369/insight.14.2.108-121>
- Budiarto, A., & Susanti. (2017). Pengaruh Financial Literacy, Overconfidence, Regret Aversion Bias, dan Risk Tolerance terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(2),

1–9.

- Darwati, J. T., Zulkifli, Z., & Rachbini, W. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Self Control Dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Keuangan (Studi Kasus Karyawan Bank BUMN di Kota Depok). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 2(1), 8. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v2i1.17616>
- Ellen, P., & Yuyun, I. (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.
- Fadzar, A. N., Asep, R. H., & Intan, M. W. (2020). Pengaruh Pengetahuan , Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech Lending Syariah. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 583–586.
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 26–35. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2323>
- Fathmaningrum, E. S., & Utami, T. P. (2022). Determinants of investment decisions in the capital market during the COVID-19 pandemic. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 147-169.
- 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/jmiecb.v4i2.8729>
- Ghufron, M. N., & Suminta., R. R. (2010). *Teori-teori Psikologi* (Cetakan I). AR-RUZZ Media.
- Idat, D. G. (2019). Memanfaatkan Era Ekonomi Digital untuk Memperkuat Ketahanan Nasional. *Jurnal Kajian Lembannas RI*, 38, 5–11.
- Ismail, M., Sudjiman, L. S., & Ferinia, R. (2023). Literasi Finansial, Kesadaran Digital, Posisi Manajerial: Sebuah Bukti dari Riset Keuangan. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 29–42. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. In *Econometrica* (Vol. 47, pp. 263–292). https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/9789814417358_0006
- Karunia, T. U., & Seno, P. H. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Influencer Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Berinvestasi (Studi Kasus Aplikasi Ajaib). *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Leiwakabessy, A., Patty, M., & Titioka, B. M. (2021). Faktor Psikologis Investor Millennial dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(2), 476. <https://doi.org/10.29040/jap.v22i2.3318>
- Maharani, S., & Ulum, M. (2019). Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan Masa Depan terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia. *Conference on Islamic Studies (CoIS)*, 1–11.
- Mala, C. S., Bellani, E., Zubair, A. G. H., & Florentina, T. (2024). Self-Control dan Emotion Regulation Sebagai Prediktor Terhadap Decision Making Trader Self-Control and Emotion Regulation as Predictors of Decision Making at Trader. *Jurnal Psikologi Karakter*, 4(1), 52–58. <https://doi.org/10.56326/jpk.v4i1.3405>
- Mardiana, V., & Rochmawati, R. (2020). Self-Control Sebagai Moderasi Antara Pengetahuan Keuangan, Financial Attitude, Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(2), 83–98. <https://doi.org/10.23917/jpis.v30i2.11872>
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 56–64. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9903>
- Maulida, B. I. U., & Effendy, L. (2024). Pengaruh Influencer Marketing , Motivasi Diri , Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Studi Kasus

- Mahasiswa Universitas Mataram). *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora)*, 10(2), 317–327.
- Muaviah, E., Lathifaturrahmah, L., Dewi, A. A., & Febriani, N. (2023). Generasi Z, Melangkah di Era Digital Dengan Bijak dan Terencana. *Journal of Social Contemplativa*, 1(2), 63–81. <https://doi.org/10.61183/jsc.v1i2.39>
- Mutawally, F. W., & Haryono, N. A. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance Dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(4), 942–953.
- 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(June), 92–107. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v9-i2/6044>
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Keputusan Investasi Digital dan Transaksi Non Tunai Investor Muslim. *JIEF: Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(2), 67–85. <https://doi.org/10.28918/jief.v2i2.6098>
- Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025. In *ojk.go.id*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>
- Pangestika, T., & Rusliati, E. (2019). Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 37. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v12i1.1524>
- 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(2), 28–37. <http://ci.nii.ac.jp/naid/110000039498/>
- Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 74–87. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.14268>
- Riaz, M., & Akhtar, M. Z. (2024). Does Self-Control and Over-Confidence Influence Investment Decision: The Mediating Role of Fundamental and Technical Analysis. *The Asian Bulletin of Contemporary Issues in Economics and Finance*, 4(1), 1–26. <https://doi.org/10.62019/abcief.v4i1.36>
- Saputri, N. D. M., Malinda, S., Nazaruddin, H. A., & Listya, A. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Dompot Digital Guna Meningkatkan Daya Jual Bagi UMKM di Desa Muara Penimbung Ulu, Ogan Ilir. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 73–79.
- Saputri, N. D. M., Raneo, A. P., & Muthia, F. (2023). The FoMO Phenomenon: Impact on Investment Intentions in Millennial Generation with Financial Literacy as Moderation. *Owner*, 7(3), 2590–2597. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1619>
- Sentoso, A., Wulandari, A., Jacky, Octavia, Kurniawan, S., & Thieng, S. (2021). Pentingnya Literasi Dalam Era Digital Bagi Masa. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 3(1), 767–776.
- Sihotang, A. E., & Pertiwi, T. K. (2021). Analysis of Stock Investment Decisions on Investors in Surabaya. *Balance: Jurnal Ekonomi*, 1(17), 42–54. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1984>
- Siratan, E. D., & Setiawan, T. (2021). Pengaruh Faktor Demografi dan Literasi keuangan dengan Behavior Finance dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 237–248. <https://doi.org/10.15408/ess.v11i2.23671>
- Sumani, S., Sandroto, C. W., & Mula, I. (2013). Perilaku Investor Di Pasar Modal Indonesia.

- EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 17(2), 211–233.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2013.v17.i2.2250>
- Suryanto, R., Afif Nur Hanan, M., & Saniyatul Ummah, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 20–32. <https://doi.org/10.18196/rabin.v8i1.21968>
- Tapscott, D. (1996). *The Digital Economy: promise and peril in the age of networked intelligence*. New York : McGraw-Hill.
- Wahyuni, A. N., & Pramono, N. H. (2021). Pengaruh Faktor Demografi dan Faktor Psikologi Investor dalam Pengambilan Keputusan Investasi di Era Ekonomi Digital. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 4(1), 73–91.
<https://doi.org/10.32493/jabi.v4i1.y2021.p73-91>
- Yanti, N., Sarwani, & Rosari, N. (2021). Sikap Keuangan, Kontrol Perilaku, Efikasi Diri dan Perilaku Keuangan. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 4(01), 28–39.