Indonesian Journal of Digital Business

Journal homepage: https://ejournal.upi.edu/index.php/IJDB

Pengaruh Efikasi Keuangan, Teknologi Keuangan, dan Media Sosial terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z (Studi Kasus pada Generasi Z di Wilayah Solo Raya)

Della Yusfinta Pratiwi[1], Muhammad Abdul Aris[2]*

[1,2]Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
Correspondence: E-mail: b200220243@student.ums.ac.id[1], maa241@ums.ac.id[2]

A B S T R A K

Riset ini bertujuan menganalisis pengaruh efikasi keuangan, teknologi keuangan, dan media sosial terhadap keputusan berinvestasi Generasi Z di wilayah Solo Raya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 384 responden yang ditentukan menggunakan tabel Krejcie dan Morgan dengan teknik *convenience sampling*. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert lima poin. Data dianalisis menggunakan SPSS melalui statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Media sosial juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Sebaliknya, teknologi keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa keyakinan individu dalam mengelola keuangan dan pemanfaatan informasi melalui media sosial menjadi faktor yang berperan dalam menentukan keputusan investasi.

© 2026 Kantor Jurnal dan Publikasi UPI

A R T I C L E I N F O

Article History:
Submitted/Received 09 November 2026
First Revised 13 November 2026
Accepted 13 November 2026
First Available online 15 November 2026
Publication Date 15 November 2026

Keyword:
Efikasi Keuangan; Generasi Z; Keputusan Investasi; Media Sosial; Teknologi Keuangan.

1. PENDAHULUAN

Dalam konteks peningkatan kapasitas ekonomi personal, investasi menempati posisi fundamental sebagai sarana pembentukan kemandirian finansial sekaligus instrumen optimalisasi kesejahteraan dalam horizon jangka panjang. Perkembangan teknologi dan perubahan struktur ekonomi digital telah merekonstruksi cara masyarakat memperoleh pengetahuan, mengidentifikasi peluang, serta menentukan alternatif instrumen keuangan. Kondisi ini menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan Generasi Z, yaitu kelompok demografis yang lahir pada periode 1997–2012 dan tumbuh dalam lingkungan yang didominasi perkembangan teknologi, keterbukaan informasi, serta konektivitas digital. Situasi tersebut memberikan advantage bagi generasi muda untuk mengenal aktivitas investasi sejak memasuki fase awal produktivitas ekonomi. Namun, tingginya penetrasi informasi belum tentu sejalan dengan peningkatan financial capability masyarakat dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Kondisi tersebut tercermin melalui publikasi Otoritas Jasa Keuangan atau OJK tahun 2022 yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan Generasi Z baru berada pada angka 38,03%. Data tersebut mengisyaratkan masih terdapat disparitas antara kemudahan memperoleh informasi dan kapasitas individu dalam memahami konsep pengelolaan keuangan. Keterbatasan pemahaman finansial berpotensi mengurangi kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi eksposur risiko, melakukan komparasi alternatif instrumen, hingga merumuskan keputusan investasi secara rasional. Oleh karena itu, investment decision-making pada kelompok Generasi Z menjadi persoalan empiris yang penting untuk dikaji, mengingat akselerasi transformasi industri keuangan digital terus berlangsung dan memengaruhi dinamika perilaku ekonomi masyarakat.

Faktor internal yang berperan dalam membentuk preferensi investasi tidak semata-mata bersumber dari penguasaan pengetahuan finansial, melainkan juga berkaitan dengan persepsi individu terhadap kapasitas personalnya. Konstruk tersebut dikenal sebagai financial self-efficacy atau efikasi keuangan, yaitu keyakinan subjektif seseorang mengenai kemampuannya mengendalikan kondisi finansial, mengelola sumber daya ekonomi, serta menyelesaikan berbagai persoalan keuangan Kusumawardan, 2024. Dalam perspektif Sina sebagaimana dikemukakan Hasanudin et al. 2022, kepercayaan terhadap kompetensi finansial mempunyai kontribusi psikologis dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan dan memperkuat determinasi individu ketika menghadapi pilihan ekonomi. Implikasinya, seseorang dengan tingkat efikasi finansial yang memadai relatif mempunyai kesiapan lebih tinggi untuk melakukan analisis peluang, mempertimbangkan konsekuensi ketidakpastian, serta mendistribusikan sumber daya berdasarkan target finansial yang telah direncanakan. Sebaliknya, rendahnya persepsi terhadap kemampuan diri dapat menciptakan ketidakpastian personal, menghambat inisiatif investasi, bahkan meningkatkan dependensi terhadap informasi maupun keputusan pihak eksternal. Relevansi aspek psikologis tersebut turut diperkuat Setiawan et al. 2023 melalui penjelasan mengenai pentingnya kepercayaan individu dalam mengontrol dan mengorganisasikan kondisi keuangannya secara independen. Konsistensi argumentasi tersebut terlihat dalam penelitian Lamusu et al. 2024 yang membuktikan bahwa efikasi keuangan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Berdasarkan sejumlah perspektif tersebut, financial self-efficacy dapat dipahami sebagai determinan psikologis yang mendukung terbentuknya keberanian mengambil keputusan, otonomi finansial, serta kemampuan Generasi Z dalam menentukan pilihan investasi berdasarkan evaluasi personal.

Selain karakteristik psikologis, perubahan infrastruktur teknologi turut menghasilkan mekanisme baru dalam penyelenggaraan transaksi dan pelayanan jasa keuangan. Fenomena ini diwujudkan melalui financial technology atau teknologi keuangan, yakni integrasi inovasi teknologi dalam penyediaan layanan finansial untuk meningkatkan efektivitas, jangkauan akses, dan efisiensi operasional. Pemanfaatannya mencakup digital onboarding dalam pembukaan rekening investasi, pelaksanaan transaksi elektronik, monitoring perkembangan portofolio, hingga pencarian informasi mengenai spesifikasi produk keuangan. Ekspansi layanan tersebut dapat diamati melalui sejumlah platform, antara lain Bibit, Bareksa, Tanamduit, IPOT, dan Ajaib, yang menawarkan mekanisme investasi dengan prosedur lebih sederhana bagi masyarakat, termasuk kalangan investor pemula. Tingkat adopsi teknologi finansial oleh kelompok usia muda juga ditunjukkan dalam survei AFTECH tahun 2023, dengan proporsi pengguna berusia 18–25 tahun mencapai 26,3% dari total pengguna layanan teknologi keuangan. Angka tersebut menggambarkan adanya partisipasi generasi muda dalam memanfaatkan ekosistem finansial berbasis teknologi. Secara operasional, digitalisasi memungkinkan reduksi hambatan administratif, percepatan penyelesaian transaksi, serta perluasan inklusi masyarakat terhadap aktivitas pasar investasi. Kendati demikian, accessibility yang semakin tinggi tidak serta-merta menghasilkan keputusan finansial berkualitas. Pengetahuan mengenai prosedur transaksi, karakteristik instrumen, serta potensi kerugian tetap menjadi prasyarat agar pemanfaatan teknologi tidak hanya berorientasi pada kemudahan penggunaan. Dengan demikian, financial technology mempunyai relevansi sebagai determinan eksternal yang berpotensi menjelaskan perbedaan kecenderungan pengambilan keputusan investasi di kalangan Generasi Z dalam menghadapi perubahan lingkungan ekonomi kontemporer.

Dimensi lingkungan eksternal berikutnya berkaitan dengan perkembangan media sosial yang telah membentuk pola komunikasi, distribusi informasi, dan konstruksi pengetahuan masyarakat. Instagram, TikTok, Telegram, serta WhatsApp tidak lagi berfungsi terbatas sebagai media komunikasi interpersonal, tetapi juga berkembang menjadi information channel yang menyediakan berbagai materi edukasi dan referensi mengenai investasi. Melalui distribusi konten secara digital, pengguna memperoleh kesempatan untuk mengakses informasi mengenai saham, reksa dana, maupun instrumen keuangan lainnya melalui komunitas virtual, diskusi antarpengguna, dan publikasi influencer. Mekanisme pembentukan perilaku tersebut mempunyai keterkaitan konseptual dengan Social Learning Theory yang dikembangkan Bandura pada 1977. Landasan teori ini menjelaskan bahwa individu dapat memperoleh pola perilaku melalui pengamatan, observasi sosial, serta proses imitasi terhadap tindakan yang diperlihatkan oleh lingkungan sekitarnya. Dalam konteks investasi, paparan terhadap materi edukatif dan pengalaman investor lain dapat memengaruhi pembentukan persepsi, orientasi preferensi, hingga pertimbangan seseorang dalam menentukan keputusan finansial. Relevansi pengaruh sosial tersebut diperlihatkan Vero 2024 melalui hasil survei yang menunjukkan bahwa 94% partisipan mengakui adanya pengaruh influencer terhadap pilihan yang mereka tetapkan. Temuan serupa dikemukakan Trisnaningsih et al. 2022 yang mengidentifikasi kontribusi influencer dalam meningkatkan ketertarikan investasi pada kelompok Generasi Z. Akan tetapi, karakteristik informasi digital memiliki tingkat kredibilitas yang bervariasi dan tidak seluruh publikasinya didukung oleh proses verifikasi maupun analisis fundamental. Ketidakseimbangan kualitas informasi tersebut berpotensi menghasilkan bias persepsi, memperkuat kecenderungan herding behavior, serta mendorong tindakan spekulatif ketika pengguna tidak mempunyai critical thinking yang memadai untuk menguji validitas informasi sebelum mengambil keputusan.

Penetapan arah penelitian ini selanjutnya didasarkan pada evaluasi terhadap penelitian terdahulu, khususnya studi Lamusu et al. 2024 yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Faktor Demografi terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo. Studi tersebut menjadi empirical foundation karena berhasil mengidentifikasi pengaruh positif dan signifikan efikasi keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Walaupun demikian, dinamika industri keuangan yang semakin terdigitalisasi memberikan justifikasi untuk melakukan pengembangan model melalui penambahan konstruk penelitian yang lebih representatif terhadap kondisi aktual. Pengembangan tersebut dilakukan dengan mempertahankan efikasi keuangan sebagai variabel independen utama serta memasukkan teknologi keuangan dan media sosial sebagai variabel penjelas tambahan. Integrasi kedua konstruk tersebut dilandasi argumentasi bahwa penetrasi layanan finansial digital dan intensitas komunikasi melalui platform sosial telah mengubah struktur informasi serta lingkungan pengambilan keputusan investasi. Selain pengembangan konseptual, penelitian ini juga menghadirkan differentiation melalui pemilihan Generasi Z yang berdomisili di kawasan Solo Raya sebagai objek observasi. Penetapan wilayah tersebut dimaksudkan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai pola keputusan investasi generasi muda dengan mempertimbangkan karakteristik geografis, kondisi sosial, dan lingkungan ekonomi regional. Perbedaan cakupan variabel serta karakteristik unit analisis diharapkan dapat memperluas kontribusi penelitian sebelumnya sekaligus memberikan perspektif tambahan terhadap determinan perilaku investasi generasi muda. Atas dasar keseluruhan argumentasi teoretis dan fenomena empiris tersebut, penelitian ini difokuskan pada pengujian serta analisis pengaruh efikasi keuangan, teknologi keuangan, dan media sosial terhadap keputusan berinvestasi Generasi Z di wilayah Solo Raya.

1.2. Tinjauan Pustaka

Theory of Behavioral Finance

Landasan Behavioral Finance Theory berawal dari kontribusi Kahneman dan Tversky pada tahun 1979 melalui publikasi Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. Kajian tersebut memberikan perspektif fundamental dalam menjelaskan mekanisme pertimbangan investor ketika menghadapi ketidakpastian finansial. Ricciardi dan Simon pada tahun 2000 mendefinisikan behavioral finance sebagai bidang kajian multidisipliner yang menginvestigasi pola berpikir, karakteristik tindakan, serta mekanisme pengambilan keputusan investor dengan mempertimbangkan determinan psikologis. Perspektif ini menempatkan aspek rasionalitas bukan sebagai satu-satunya dasar perilaku finansial, mengingat respons emosional, interpretasi informasi, rekam pengalaman, dan cognitive bias turut berkontribusi dalam pembentukan keputusan. Febrianti et al. pada tahun 2023 mengemukakan bahwa integrasi perspektif psikologi, ilmu keuangan, dan sosiologi diperlukan untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai perilaku individu dalam menentukan pilihan finansial. Implementasi teori tersebut pada aktivitas investasi dapat digunakan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara persepsi personal, aksesibilitas teknologi, dan dinamika interaksi sosial dengan preferensi seseorang dalam menetapkan keputusan investasi.

Theory of Planned Behavior

Kerangka konseptual Theory of Planned Behavior diperkenalkan Ajzen pada tahun 1991 sebagai pengembangan lanjutan dari Theory of Reasoned Action, dengan orientasi utama memproyeksikan kecenderungan tindakan individu melalui intensi dan persepsi atas kapasitas pengendalian perilakunya. Dalam kerangka tersebut, terbentuknya intensi perilaku

dipengaruhi oleh tiga determinan fundamental, meliputi attitude toward the behavior, subjective norm, serta perceived behavioral control. Komponen pertama merepresentasikan evaluasi personal terhadap konsekuensi maupun nilai manfaat dari suatu tindakan. Selanjutnya, norma subjektif berkaitan dengan persepsi individu mengenai ekspektasi, penerimaan, dan pengaruh pihak lain dalam lingkungan sosialnya. Sementara itu, kontrol perilaku persepsian menunjukkan tingkat kepercayaan seseorang terhadap ketersediaan sumber daya, kapabilitas, dan kapasitas yang diperlukan untuk merealisasikan tindakan tertentu. Ajzen pada tahun 1991 menjelaskan bahwa peningkatan evaluasi positif, penerimaan terhadap ekspektasi sosial, serta persepsi kemampuan personal berpotensi memperkuat intensi individu dalam melakukan suatu tindakan. Relevansinya pada penelitian ini terletak pada kemampuan TPB dalam menginterpretasikan proses penentuan investasi melalui persepsi terhadap kompetensi finansial, aksesibilitas penggunaan teknologi keuangan, dan pengaruh sosial yang berkembang di lingkungan individu.

Social Learning Theory

Perspektif Social Learning Theory yang dirumuskan Bandura pada tahun 1977 menempatkan lingkungan sosial sebagai salah satu sumber utama pembentukan pengetahuan dan karakteristik perilaku manusia. Akuisisi informasi berlangsung melalui mekanisme observasi, reproduksi tindakan, serta interaksi individu dengan lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, pengalaman langsung bukan merupakan satu-satunya instrumen pembelajaran karena perilaku juga dapat terbentuk melalui pengamatan terhadap tindakan pihak lain beserta konsekuensi yang menyertainya. Schunk pada tahun 2020 menguraikan bahwa informasi hasil observasi terlebih dahulu mengalami pemrosesan kognitif sebelum diimplementasikan menjadi respons perilaku. Perspektif serupa dikemukakan Ormrod pada tahun 2020, bahwa kecenderungan imitasi lebih memungkinkan terjadi ketika tindakan yang diamati diasosiasikan dengan hasil yang menguntungkan atau konsekuensi positif. Bandura pada tahun 1977 selanjutnya mengidentifikasi imitation dan modeling sebagai mekanisme pembelajaran observasional yang memungkinkan seseorang mengadopsi pola tindakan tanpa melalui pengalaman secara langsung. Pada fenomena investasi Generasi Z, pendekatan ini memiliki relevansi dalam mengidentifikasi kontribusi media sosial terhadap pembentukan keputusan finansial. Paparan informasi, dokumentasi pengalaman investor, hingga rekomendasi yang dipublikasikan influencer dapat berfungsi sebagai referensi pembelajaran yang memengaruhi proses evaluasi dan preferensi individu ketika menentukan alternatif investasi.

Keputusan Berinvestasi

Dalam perspektif capital allocation, keputusan investasi dikonstruksi sebagai proses deliberatif untuk menetapkan penggunaan dana di antara opsi, setelah expected return ditimbang bersama risk exposure demi memperoleh economic gain pada masa mendatang. Widyatamaka dan Anwar 2023 menjelaskan bahwa aktivitas ini mencakup penilaian komparatif atas instrumen yang tersedia, sehingga individu dapat memilih alternatif paling relevan bagi prospective financial benefit. Gagasan itu sejalan dengan Andreansyah dan Meirisa 2022, yang menekankan wealth maximization serta asset value growth sebagai tujuan investasi. Sementara itu, Tandelilin 2010 menjelaskan investasi melalui perspektif intertemporal, yakni pengalihan sumber daya saat ini dengan membatasi current consumption agar kesejahteraan pada periode selanjutnya meningkat. Dengan demikian, investment decision tidak hanya ditentukan oleh keinginan memperoleh keuntungan, tetapi juga oleh faktor kontekstual. Faktor tersebut meliputi long-term financial goals, upaya

menjaga purchasing power aset ketika menghadapi inflasi, besaran capital available, serta financial literacy untuk mengenali opportunity dan mengelola uncertainty yang menyertai kegiatan investasi. Secara konseptual, investment decision quality menunjukkan kecakapan seseorang dalam mendistribusikan sumber daya keuangan. Kecakapan tersebut tercermin melalui pemilihan instrumen yang kompatibel dengan economic objectives, kondisi finansial, dan evaluasi cost-benefit serta risk profile pada masing-masing opsi.

Efikasi Keuangan

Dalam kajian behavioral finance, financial self-efficacy dipahami sebagai kapasitas psikologis yang menunjukkan seberapa besar individu meyakini kompetensinya untuk mengatur aset finansial serta menetapkan keputusan ekonomi secara tepat dalam berbagai situasi ekonomi. Landasan teoritisnya merujuk pada gagasan Bandura tahun 1997 tentang self-efficacy, yaitu evaluasi subjektif individu terhadap kesanggupannya merancang strategi dan mengeksekusi tindakan secara terarah demi merealisasikan tujuan spesifik. Menurut perspektif tersebut, efficacy berkembang melalui empat sumber pembentuk, meliputi mastery experience yang diperoleh dari rekam jejak keberhasilan, vicarious experience melalui observasi atas pengalaman sukses pihak lain, social persuasion dalam bentuk dukungan maupun afirmasi lingkungan, dan physiological states yang mencerminkan respons kondisi fisik serta emosional individu. Dalam konteks personal finance, Lown tahun 2011 menguraikan relevansi keyakinan tersebut terhadap keterampilan menyusun anggaran, perilaku saving, serta proses pengambilan keputusan keuangan, termasuk keputusan menginvestasikan sebagian dana. Individu dengan financial efficacy kuat cenderung lebih mantap menyusun investment plan, menggunakan economic resources secara optimal, dan merespons uncertainty maupun risiko kehilangan modal. Dengan demikian, penilaian subjektif atas kecakapan mengelola finansial berfungsi sebagai psychological determinant yang dapat memengaruhi orientasi individu ketika menetapkan alternatif investasi.

Teknologi Keuangan

Dalam perspektif transformasi, financial technology merepresentasikan konvergensi antara kapabilitas digital dan penyediaan jasa finansial, dengan orientasi pada perluasan inklusi, akselerasi kinerja pelayanan, serta rasionalisasi biaya operasional. Infrastruktur berbasis digital menjadi medium bagi institusi untuk mendistribusikan layanan keuangan secara lebih adaptif, sebagaimana diuraikan Ramdhani et al. tahun 2025. Secara normatif, Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 mendeskripsikan teknologi finansial sebagai penggunaan teknologi pada ekosistem keuangan yang memunculkan inovasi produk, jasa, teknologi, dan business model baru, sekaligus membawa konsekuensi bagi stabilitas moneter serta efisiensi sistem keuangan. Taksonomi Feriyanto et al. tahun 2024 mengidentifikasi beberapa domain fintech, yakni payment, clearing and settlement, market provisioning atau aggregator, risk and investment management, serta peer-to-peer lending, deposits, dan capital raising. Dalam konteks investment, kontribusi inovasi itu terlihat pada digital facilities yang mengintegrasikan pencarian market information, pembukaan investment account, eksekusi transaksi, dan pemantauan portfolio secara real-time. Ketersediaan kapabilitas tersebut menurunkan hambatan partisipasi khususnya Generasi Z, sehingga aktivitas investasi dapat dijalankan tanpa ketergantungan penuh pada kanal layanan tradisional. Kendati demikian, pemanfaatan teknologi secara optimal mensyaratkan financial literacy yang relevan, mencakup pemahaman atas karakteristik instrumen, prosedur transaksi, serta risk exposure; bekal tersebut diperlukan agar keputusan investasi disusun secara prudent, rasional, dan terukur.

Media Sosial

Ekosistem berbasis internet menempatkan media sosial sebagai medium pertukaran informasi, interaksi antarpengguna, serta penciptaan dan penyebaran konten digital. Masruroh pada tahun 2022 dan Gustiandi et al. pada tahun 2022 menerangkan bahwa platform ini memungkinkan individu menjalin komunikasi sekaligus menyebarluaskan informasi melalui jaringan daring. Yusuf et al. pada tahun 2023 melihat perubahan pola komunikasi menuju karakter yang lebih partisipatif dan interaktif. Adapun Rahman et al. pada tahun 2024 menegaskan kapasitas pengguna untuk memproduksi sekaligus menyalurkan konten secara timbal balik. Dalam ranah investasi, peran media sosial telah melampaui fungsi komunikasi dan berkembang menjadi *information hub* yang menunjang literasi finansial. Berbagai kanal digital menyajikan ulasan mengenai dinamika pasar modal, evaluasi saham, serta pengalaman investor. Kamil dan Tanno pada tahun 2022 memetakan sumber informasi tersebut ke dalam beberapa kategori, meliputi akun analis saham, institusi investasi, serta kanal komunikasi resmi perusahaan. Keragaman referensi ini berpotensi memperkaya perspektif individu ketika menelaah alternatif instrumen keuangan. Meskipun demikian, derasnya arus konten dapat memunculkan *information disorder* karena materi yang belum terverifikasi berisiko memicu kesalahan interpretasi. Situasi tersebut menjadikan pemeriksaan kredibilitas sumber, akurasi substansi, dan relevansi informasi sebagai prosedur penting dalam pemanfaatan media sosial. Kecakapan menyeleksi informasi secara kritis turut menentukan kualitas pertimbangan finansial serta proses formulasi keputusan investasi, terutama pada Generasi Z yang berinteraksi intensif dengan ekosistem digital dalam berbagai aktivitas keseharian mereka.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Efikasi Keuangan terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z

Dalam pengambilan keputusan investasi, aspek psikologis berupa efikasi keuangan menjadi salah satu determinan yang merefleksikan tingkat kepercayaan individu terhadap kapasitas personal dalam mengendalikan kondisi finansial serta mengantisipasi ketidakpastian ekonomi. Agustiani dan Muttaqin (2023) mengemukakan bahwa efikasi diri merepresentasikan persepsi individu mengenai kapabilitas yang dimiliki untuk merealisasikan tindakan sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan. Keyakinan tersebut memiliki implikasi terhadap proses evaluasi alternatif investasi, khususnya ketika seseorang harus mengidentifikasi prospek keuntungan, mengestimasi potensi kerugian, dan menentukan instrumen keuangan yang sesuai dengan kapasitas ekonominya. Perspektif Theory of Planned Behavior turut menjelaskan bahwa persepsi atas kemampuan diri merupakan salah satu aspek yang berkontribusi terhadap pembentukan intensi hingga realisasi perilaku tertentu. Secara empiris, temuan Loprang et al. (2022) dan Lamusu et al. (2024) mengindikasikan adanya hubungan positif dan signifikan antara efikasi keuangan dengan keputusan investasi. Temuan tersebut mengisyaratkan bahwa peningkatan kepercayaan terhadap kompetensi pengelolaan finansial berpotensi memperkuat ketepatan individu dalam menentukan alternatif penanaman modal. Atas dasar argumentasi teoretis dan evidensi empiris tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H_1: Efikasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi Generasi Z.

Pengaruh Teknologi Keuangan terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z

Transformasi digital dalam industri finansial telah melahirkan teknologi keuangan sebagai suatu inovasi yang mengintegrasikan sistem teknologi dengan penyediaan layanan keuangan. Implementasi teknologi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan aksesibilitas, percepatan transaksi, serta ketersediaan informasi yang relevan bagi aktivitas investasi. Melalui platform digital, individu memperoleh kesempatan untuk mengeksplorasi alternatif instrumen penanaman modal, mengobservasi dinamika pergerakan pasar, hingga merealisasikan transaksi tanpa keterbatasan prosedural yang kompleks. Kondisi ini menciptakan efisiensi dalam proses pencarian informasi sekaligus memperluas peluang partisipasi masyarakat pada pasar keuangan. Dari perspektif pengambilan keputusan, ketersediaan fasilitas digital dapat menjadi stimulus eksternal yang mendukung evaluasi berbagai alternatif investasi secara lebih praktis. Dukungan empiris mengenai hubungan tersebut ditunjukkan oleh Setyaningrum dan Hidayah (2024), yang mengidentifikasi pengaruh positif teknologi keuangan terhadap keputusan investasi di pasar modal. Konsistensi hasil juga ditemukan dalam penelitian Arianti dan Purbowati (2024), dengan bukti bahwa pemanfaatan teknologi keuangan memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Dengan demikian, optimalisasi penggunaan layanan finansial berbasis digital berpotensi memperbesar kecenderungan individu untuk berpartisipasi dalam aktivitas penanaman modal. Berdasarkan landasan konseptual dan hasil penelitian terdahulu tersebut, hipotesis yang dikembangkan adalah:

H_2: Teknologi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi Generasi Z.

Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z

Ekosistem komunikasi digital menjadikan media sosial sebagai salah satu kanal informasi yang berperan dalam pembentukan persepsi serta preferensi individu terhadap aktivitas investasi. Bakshy et al. (2014) menguraikan bahwa distribusi informasi melalui jejaring sosial memiliki potensi untuk memengaruhi pandangan dan respons individu terhadap suatu fenomena. Sejalan dengan perspektif tersebut, Cialdini dalam Simbolon et al. (2025) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dapat terbentuk melalui mekanisme pengaruh sosial yang bersumber dari observasi terhadap opini maupun tindakan pihak lain. Fenomena ini relevan dengan karakteristik Generasi Z yang memiliki kedekatan terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan akses informasi digital. Beragam konten berupa analisis pergerakan saham, pembahasan kondisi pasar modal, rekomendasi instrumen keuangan, serta materi edukasi investasi dapat dijadikan referensi tambahan sebelum individu menentukan keputusan penanaman modal. Meskipun demikian, informasi yang beredar perlu melalui proses seleksi dan evaluasi agar keputusan yang dihasilkan memiliki dasar pertimbangan rasional. Hasil penelitian Aprilia et al. (2025) memperlihatkan bahwa media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Indikasi serupa ditemukan oleh Salaming et al. (2025), yang menunjukkan keterkaitan media sosial dengan keputusan investasi Generasi Milenial di Luwu Utara. Hasil tersebut memperkuat argumentasi bahwa intensitas dan kualitas pemanfaatan media sosial sebagai sumber referensi finansial dapat berkontribusi terhadap pembentukan preferensi investasi. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

H_3: Media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi Generasi Z.

2. METODE

Riset ini dirancang melalui pendekatan *quantitative* berorientasi *survey research* guna mengidentifikasi keterkaitan efikasi keuangan, teknologi finansial, serta media sosial dengan preferensi keputusan investasi Generasi Z di kawasan Solo Raya. Informasi empiris bersumber dari data primer yang dihimpun melalui instrumen kuesioner berformat *five-point Likert scale*. Cakupan populasi mencapai 1.497.239 individu merujuk publikasi Badan Pusat Statistik tahun 2026. Penetapan jumlah sampel mengacu pada *Krejcie and Morgan sampling table* dengan *margin of error* sebesar 5%, menghasilkan kebutuhan observasi sebanyak 384 responden. Alokasi partisipan menerapkan distribusi proporsional pada tujuh kabupaten dan kota, meliputi Klaten, Boyolali, Wonogiri, Sragen, Sukoharjo, Karanganyar, serta Surakarta. Adapun proses rekrutmen responden dilaksanakan menggunakan *convenience sampling* dengan mempertimbangkan aksesibilitas dan kesediaan individu untuk berpartisipasi. Konstruk penelitian mencakup efikasi keuangan sebagai prediktor pertama, teknologi keuangan sebagai prediktor kedua, dan media sosial sebagai prediktor ketiga, sedangkan keputusan investasi ditempatkan sebagai *dependent variable*. Operasionalisasi setiap konstruk menggunakan instrumen pengukuran yang terdiri dari 8 indikator efikasi keuangan, 6 indikator teknologi keuangan, 12 indikator media sosial, serta 6 indikator keputusan investasi.

Pengolahan informasi statistik dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS melalui tahapan *descriptive statistics*, evaluasi validitas dan reliabilitas instrumen, serta pemeriksaan *classical assumption* yang mencakup distribusi normalitas, indikasi multikolinearitas, dan gejala heteroskedastisitas. Tahap inferensial selanjutnya mengimplementasikan *multiple linear regression* untuk mengestimasi hubungan antarvariabel. Signifikansi model dievaluasi melalui *F-test*, pengaruh parsial diuji menggunakan *t-test*, sedangkan kapasitas eksplanatori model ditentukan berdasarkan *Adjusted R-Square*. Seluruh prosedur pengujian statistik menggunakan ambang probabilitas sebesar 5% untuk memperoleh bukti empiris mengenai kontribusi setiap variabel prediktor terhadap keputusan investasi, sebagaimana mengacu pada Sugiyono tahun 2019 dan Ghozali tahun 2018.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Data collection berlangsung pada Agustus–September 2026 menggunakan questionnaire Google Forms. Distribusi dilakukan offline di kampus, pusat perbelanjaan, coffee shop, dan ruang publik, serta online melalui jejaring pertemanan di Solo Raya. Total respons mencapai 384 orang. Berdasarkan domisili, Klaten mencakup 71 responden atau 18,5%, Boyolali 63 orang atau 16,4%, Wonogiri 57 orang atau 14,8%, Sragen 56 orang atau 14,6%, Sukoharjo 54 orang atau 14,1%, Karanganyar 53 orang atau 13,8%, serta Surakarta 30 orang atau 7,8%. Komposisi gender terdiri atas 216 perempuan atau 56,2% dan 168 laki-laki atau 43,8%. Untuk usia, kelompok 21–25 tahun dominan dengan 296 orang atau 77,1%, disusul usia 16–20 tahun sebanyak 58 orang atau 15,1%, serta 26–29 tahun sebanyak 30 orang atau 7,8%. Platform, TikTok digunakan oleh 26,7% responden, Instagram 24,5%, WhatsApp 12,4%, X atau Twitter 12,1%, YouTube 11,5%, Telegram 7,4%, dan Facebook 5,4%. Pola daily usage menunjukkan 184 responden atau 47,9% mengakses media sosial selama 4–5 jam per hari. Durasi lebih dari 5 jam tercatat pada 134 orang atau 34,9%, penggunaan 1–3 jam sebanyak 61 orang atau 15,9%, sementara kurang dari 1 jam hanya 5 orang atau 1,3%. Usage tenure didominasi

pengalaman 4–5 tahun, yakni 150 responden atau 39,1%; lebih dari 5 tahun sebanyak 142 orang atau 37,0%; 1–3 tahun sejumlah 89 orang atau 23,2%; dan kurang dari 1 tahun sebanyak 3 orang atau 0,8%.

Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif digunakan sebagai instrumen untuk mengidentifikasi karakteristik setiap variabel melalui pengolahan distribusi dan frekuensi data. Evaluasi statistik selanjutnya mencakup perhitungan persentase, nilai rerata, simpangan baku, serta rasio variasi guna memperoleh interpretasi empiris. Hasil pengukuran tersebut diintegrasikan dengan rerata sampel, Tingkat Capaian Responden, koefisien regresi marginal β, dan probabilitas signifikansi parsial melalui uji t. Keseluruhan hasil pengujian ditampilkan secara sistematis dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Matriks Pemetaan Statistik Keputusan Berinvestasi

Variabel Penelitian	Mean (RS)	Std Dev (SD)	Nilai TCR	Kategori TCR	Koefisien Regresi (β)	Nilai t-hitung	Signifikansi (p)	Status t
Konstanta (α)	-	-	-	-	5,526	5,017	0,001	Signifikan
Efikasi Keuangan (EK)	3,41	0,63	68,20%	Baik	0,170	4,507	0,001	Signifikan
Teknologi Keuangan (TK)	3,48	0,65	69,51%	Baik	0,061	1,253	0,211	Tidak Signifikan
Media Sosial (MS)	3,37	0,57	67,36%	Baik	0,228	8,140	0,001	Signifikan

Sumber: Data Primer, 2026. *Keterangan kategori TCR: 81%-100% = sangat baik; 66%-80,99% = baik; 51%-65,99% = cukup baik; 36%-50,99% = kurang baik; 0-%35,99% = tidak baik.*

Hasil analisis deskriptif mengidentifikasi bahwa ketiga variabel penelitian memiliki capaian persepsi yang berada pada rentang positif. Secara berurutan, *Financial Technology* memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,48 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 69,51%, sedangkan *Financial Efficacy* menghasilkan mean 3,41 dan TCR 68,20%. Adapun *Social Media* mencatat nilai 3,37 dengan persentase 67,36%. Mengacu pada kriteria evaluasi yang digunakan, seluruh variabel terkualifikasi dalam kategori baik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa responden memiliki penilaian yang favorable terhadap kompetensi pengelolaan finansial, pemanfaatan inovasi teknologi keuangan, serta peran media sosial dalam proses pengambilan keputusan investasi. Dari perspektif komparatif, dominasi nilai *Financial Technology* menunjukkan tingkat penerimaan paling tinggi, sementara *Social Media* berada pada posisi pencapaian terendah. Selanjutnya, estimasi *standard deviation* sebesar 0,57–0,65 memperlihatkan tingkat variasi jawaban yang relatif terbatas. Dengan demikian, respons yang diberikan partisipan menunjukkan pola distribusi yang cenderung seragam atau homogen.

Pembahasan Hasil Uji Hipotesis (t)

Pengujian empiris melalui model regresi memperlihatkan bahwa Efikasi Keuangan berkorelasi positif serta signifikan dengan Keputusan Investasi Generasi Z, tercermin pada β 0,170, t-hitung 4,507, dan signifikansi 0,001; karenanya, H1 didukung. Teknologi Keuangan belum terbukti berperan secara statistik, kendati koefisien mencapai β 0,228. Hal ini

ditunjukkan t-hitung 1,253 di bawah t-tabel 1,966, disertai signifikansi 0,211, sehingga H2 tidak terkonfirmasi. Adapun Media Sosial menghasilkan asosiasi positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, dengan β 0,170, t-hitung 8,140, serta signifikansi 0,001; hasil tersebut mendukung H3. Secara deskriptif, ketiga konstruk memperoleh respons rate kategori Baik, yakni Efikasi Keuangan 68,20%, Teknologi Keuangan 69,51%, serta Media Sosial 67,36%. Dalam perspektif substantif, financial self-efficacy dan penggunaan media sosial sebagai sumber financial information berkaitan dengan formulasi keputusan investasi. Namun, infrastruktur financial technology belum menjadi determinan signifikan dalam investment behavior Generasi Z dalam konteks penelitian ini.

Hasil Analisis Data

Pengujian instrumen penelitian bertujuan mengevaluasi sejauh mana setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang dianalisis secara tepat. Prosedur verifikasi dilakukan melalui metode *Pearson Correlation* dengan mengacu pada batas penerimaan nilai korelasi, yakni *r* hitung melebihi *r* tabel pada taraf probabilitas 5% atau 0,05. Indikator yang memenuhi ketentuan tersebut dikategorikan valid dan layak digunakan dalam proses analisis empiris. Hasil pengujian validitas terhadap seluruh indikator penelitian disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Efikasi Keuangan (EK)	X1.1	0,704	0,100	Valid
	X1.2	0,718	0,100	Valid
	X1.3	0,727	0,100	Valid
	X1.4	0,738	0,100	Valid
	X1.5	0,709	0,100	Valid
	X1.6	0,791	0,100	Valid
	X1.7	0,790	0,100	Valid
	X1.8	0,738	0,100	Valid
Teknologi Keuangan (TK)	X2.1	0,692	0,100	Valid
	X2.2	0,676	0,100	Valid
	X2.3	0,659	0,100	Valid
	X2.4	0,730	0,100	Valid
	X2.5	0,723	0,100	Valid
	X2.6	0,689	0,100	Valid
Media Sosial (MS)	X3.1	0,767	0,100	Valid
	X3.2	0,751	0,100	Valid
	X3.3	0,768	0,100	Valid
	X3.4	0,804	0,100	Valid
	X3.5	0,798	0,100	Valid
	X3.6	0,718	0,100	Valid
	X3.7	0,749	0,100	Valid
	X3.8	0,658	0,100	Valid
	X3.9	0,700	0,100	Valid
	X3.10	0,686	0,100	Valid
	X3.11	0,529	0,100	Valid
	X3.12	0,548	0,100	Valid
Keputusan Berinvestasi (KB)	Y.1	0,758	0,100	Valid
	Y.2	0,816	0,100	Valid
	Y.3	0,802	0,100	Valid
	Y.4	0,834	0,100	Valid

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
	Y.5	0, 796	0,100	Valid
	Y.6	0,819	0,100	Valid

Sumber: Data Primer, 2026

Hasil evaluasi validitas memperlihatkan bahwa setiap indikator pengukuran memenuhi kriteria kelayakan empiris, dengan koefisien korelasi r count melampaui r table sebesar 0,100. Dengan demikian, seluruh item instrumen dinyatakan valid secara statistik.

Uji Reliabilitas

Evaluasi instrumen penelitian dilaksanakan melalui analisis internal consistency guna mengidentifikasi stabilitas pengukuran berdasarkan koefisien Cronbach's Alpha. Suatu instrumen diklasifikasikan reliable apabila nilai koefisien yang diperoleh melampaui 0,60 sesuai ketentuan Ghozali 2011. Adapun hasil pengujian reliabilitas disajikan pada table 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach alpha	Standar Koefisien	Keterangan
Efikasi Keuangan (EK)	0,60	0,881	Reliabel
Teknologi Keuangan (TK)	0,60	0,786	Reliabel
Media Sosial (MS)	0,60	0,911	Reliabel
Keputusan Berinvestasi (KB)	0,60	0,889	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2026

Hasil evaluasi reliabilitas mengindikasikan bahwa setiap konstruk penelitian telah memenuhi ambang batas Cronbach's alpha sebesar 0,60. Kondisi tersebut menegaskan terpenuhinya kriteria reliability pada seluruh instrumen pengukuran, sehingga masing-masing indikator dinilai konsisten dan layak digunakan dalam tahapan analisis empiris berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian distribusi data dilakukan melalui prosedur statistik Kolmogorov-Smirnov untuk mengidentifikasi kesesuaian pola sebaran observasi terhadap distribusi normal. Penetapan normalitas mengacu pada nilai signifikansi Asymp. Sig. 2-tailed yang harus melampaui ambang probabilitas 0,05. Adapun output pengujian disajikan pada table 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

	Standardized value
n	384
Test statistic	0,043
Asymp.Sig (2-tailed)	0,079

Sumber: Data Primer, 2026

Hasil pengujian mengindikasikan bahwa nilai signifikansi Asymptotic Significance tercatat sebesar 0,079, melampaui batas probabilitas 0,05. Dengan demikian, distribusi residual dinyatakan normal sehingga model regresi telah memenuhi kriteria normality assumption.

Uji Multikolinieritas (Uji Tolerance dan VIF)

Evaluasi multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi potensi interdependensi antarvariabel bebas dalam spesifikasi model regresi. Kelayakan model ditentukan

berdasarkan nilai Tolerance yang melampaui 0,10 serta VIF yang berada di bawah 10. Hasil pengujian multikolinearitas disajikan pada table 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Efikasi Keuangan (EK)	0,685	1,461
Teknologi Keuangan (TK)	0,697	1,435
Media Sosial (MS)	0,677	1,477

Sumber: Data Primer, 2026

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa Efikasi Keuangan memiliki nilai tolerance 0,685 dan VIF 1,461, sedangkan Teknologi Keuangan masing-masing tercatat sebesar 0,697 dan 1,435. Sementara itu, Media Sosial memperoleh nilai tolerance 0,677 dengan VIF 1,477. Seluruh indikator tersebut memenuhi threshold pengujian, yakni tolerance di atas 0,10 serta VIF di bawah 10. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi non-multicollinearity, sehingga tidak ditemukan indikasi hubungan linear berlebihan antarvariabel independen.

Uji Heteroskedastisitas (Uji *Spearman-Rho*)

Pengujian indikasi heteroskedastisitas dilakukan melalui pendekatan Spearman's rho guna mengidentifikasi ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Keberadaan heteroskedastisitas diindikasikan apabila korelasi antara variabel independen dan residual menunjukkan signifikansi statistik. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas pada studi ini disajikan pada table 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig
Efikasi Keuangan (EK)	0,881
Teknologi Keuangan (TK)	0,928
Media Sosial (MS)	0,772

Sumber: Data Primer, 2026

Hasil pengujian Spearman's rho mengindikasikan bahwa korelasi antara variabel independen dan residual memiliki tingkat signifikansi di atas ambang 5%, dengan rincian Efikasi Keuangan sebesar 0,881, Teknologi Keuangan mencapai 0,928, serta Media Sosial tercatat 0,772. Seluruh nilai probabilitas tersebut memenuhi kriteria statistik, sehingga secara empiris model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala heteroscedasticity dan memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan statistical approach yang diaplikasikan untuk mengidentifikasi degree of association antarvariabel serta mengestimasi direction of influence variabel independen terhadap dependent variable dalam suatu empirical model. Berikut table 7 disajikan regression analysis results yang menjadi dasar pengujian hubungan antarvariabel dalam penelitian ini:

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t-hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	5,526	1,101	5,017	0,001	

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t-hitung	Sig.	Keterangan
Efikasi Keuangan (EK)	0,170	0,038	4,507	0,001	H_1 diterima
Teknologi Keuangan (TK)	0,061	0,049	1,253	0,211	H_2 ditolak
Media Sosial (MS)	0,228	0,028	8,140	0,001	H_3 diterima
F_{stat}	68,348				
SigF				0,001	
R^2	0,350				
AdjR^2	0,345				

Sumber: Data primer, 2026

Hasil kalkulasi data pada tabel tersebut menjadi dasar dalam pembentukan model regresi linear berganda dengan spesifikasi persamaan sebagai berikut:

$$KB = \alpha + \beta 1\, EK + \beta 2\, TK + \beta 3\, MS + \varepsilon$$

$$KB = 5{,}526 + 0{,}170\,(EK) + 0{,}061\,(TK) + 0{,}228\,(MS) + \varepsilon$$

Estimasi regresi memperlihatkan bahwa financial self-efficacy memberikan kontribusi positif terhadap investment decision, dengan koefisien 0,170 serta probability 0,001 yang berada di bawah batas signifikansi. Sebaliknya, financial technology memperoleh estimasi 0,061 dan signifikansi 0,211, sehingga pengaruhnya belum dapat dinyatakan bermakna secara statistik. Adapun social media menghasilkan koefisien 0,228 dengan signifikansi 0,001, yang mengindikasikan kontribusi positif terhadap keputusan investasi Generasi Z. Pengujian simultan menghasilkan statistik F 68,348 dan probability 0,001; hasil ini menegaskan bahwa seluruh explanatory variables berpengaruh signifikan serta model regresi memenuhi kelayakan empiris.

Nilai goodness of fit melalui Adjusted R Square tercatat 0,345. Artinya, efikasi keuangan, teknologi keuangan, serta media sosial menerangkan 34,5% variasi investment decision, sementara 65,5% sisanya berkaitan dengan determinan lain di luar research model. Berdasarkan pengujian parsial, signifikansi ditemukan pada financial self-efficacy dan social media dalam menjelaskan keputusan investasi Generasi Z di Solo Raya. Sebaliknya, financial technology belum memperlihatkan bukti statistik yang cukup untuk mendukung pengaruh terhadap keputusan tersebut dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Efikasi Keuangan terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z

Efikasi keuangan terbukti memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Solo Raya, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berada di bawah batas 0,05. Secara teoretis, hasil tersebut merefleksikan keterkaitan antara aspek psikologis dalam financial decision-making sebagaimana dikemukakan oleh Kahneman dan Tversky melalui Theory of Behavioral Finance pada 1979, serta konsep perceived behavioral control dalam Theory of Planned Behavior yang diperkenalkan Ajzen pada 1991. Kedua perspektif tersebut mengindikasikan bahwa persepsi individu atas kapasitas personal menjadi salah satu determinan dalam menentukan tindakan ekonomi. Pada aktivitas investasi, penguasaan pengelolaan finansial dan kemampuan mengantisipasi ketidakpastian risiko membentuk self-confidence yang memperkuat keberanian Generasi Z dalam menetapkan alternatif penanaman modal. Konsistensi empiris atas hubungan tersebut turut diperlihatkan oleh Loprang et al. pada 2022 serta Lamusu et al.

pada 2024, yang mengonfirmasi adanya pengaruh positif dan signifikan efikasi keuangan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Teknologi Keuangan terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z

Hasil empiris memperlihatkan bahwa financial technology belum memiliki kontribusi yang signifikan dalam menentukan investment decision Generasi Z di kawasan Solo Raya, sebagaimana ditunjukkan oleh angka signifikansi 0,211 yang melampaui batas probabilitas 0,05. Kondisi tersebut merefleksikan bahwa eksistensi infrastruktur finansial berbasis digital, baik dari aspek aksesibilitas, fleksibilitas operasional, maupun diversifikasi fitur layanan, tidak secara otomatis mengonstruksi kecenderungan individu untuk melakukan investasi. Dalam perspektif Theory of Planned Behavior yang dikemukakan Ajzen pada 1991, keberadaan sumber daya pendukung atau facilitating conditions belum memadai untuk merealisasikan suatu perilaku apabila tidak terintegrasi dengan evaluasi sikap, pengaruh lingkungan sosial, serta persepsi kapabilitas personal. Oleh karena itu, adopsi teknologi finansial sebagai instrumen transaksi belum merepresentasikan determinan utama dalam pembentukan keputusan investasi tanpa adanya financial literacy dan evaluasi risiko yang komprehensif. Evidensi tersebut konsisten dengan temuan Fadila et al. pada 2022 serta Varadilla dan Nugroho pada 2024 yang turut mengidentifikasi ketiadaan pengaruh signifikan teknologi keuangan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z

Media sosial terbukti memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Solo Raya, sebagaimana ditunjukkan oleh significance level sebesar 0,001 yang berada di bawah ambang batas 0,05. Secara empiris, temuan ini mengindikasikan bahwa eksposur terhadap informasi, literasi, dan wawasan investasi melalui platform digital berpotensi membentuk investment decision-making. Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui perspektif Social Learning Theory yang dikemukakan Bandura pada 1977, bahwa pembentukan perilaku berlangsung melalui mekanisme observasi dan social interaction. Penyebaran pengetahuan melalui materi edukatif, pertukaran informasi dalam komunitas, serta publikasi pengalaman pelaku investasi menjadi instrumen pembelajaran yang dapat meningkatkan pemahaman sekaligus membentuk preferensi investasi Generasi Z. Konsistensi hasil empiris ini juga tercermin dalam penelitian Salaming et al. pada 2025 dan Aprilia et al. pada 2025 yang mengonfirmasi adanya pengaruh positif dan signifikan media sosial terhadap keputusan investasi.

4. KESIMPULAN

Keputusan investasi Generasi Z di Solo Raya dipengaruhi oleh beragam faktor, meliputi efikasi finansial, teknologi keuangan, serta media sosial. Hasil analisis menunjukkan efikasi keuangan dan media sosial berpengaruh positif serta significant, sedangkan teknologi keuangan tidak terbukti memiliki pengaruh significant. Secara konseptual, hasil tersebut sejalan dengan Theory of Behavioral Finance, Theory of Planned Behavior, dan Social Learning Theory untuk menerangkan perilaku serta pertimbangan individu ketika menentukan investasi. Adapun limitation penelitian mencakup penggunaan kuesioner sebagai instrumen tunggal yang berisiko memunculkan respons subjective, juga keterbatasan jumlah variabel independen. Riset berikutnya perlu mengintegrasikan kuesioner dan wawancara serta menguji variabel relevan lainnya dalam kajian empiris lanjutan agar pemahaman mengenai

determinan keputusan investasi menjadi lebih komprehensif, sistematis, mendalam, dan aplikatif.

5. REFERENCES

Agustiani, S. Y. S., & Muttaqin, R. (2023). Pengaruh Self Efficacy , Lingkungan Kerja , dan Motivasi Kerja terhadap Turnover Karyawan (Survei Pada PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk Kantor Cabang Diponegoro Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *9*(6), 2581–2590.

Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. *50*(2), 179–211.

Andreansyah, R., & Meirisa, F. (2022). *Analisis Literasi Keuangan , Pendapatan , Dan Perilaku Keuangan ,*. *4*(1), 17–22.

Angraini, A., Lemiyana, & Riski, O. S. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Self Efficacy Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Financial Technology. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, *02*(01), 817–824.

Aprilia, D. R., Safrianti, S., & Waliamin, J. (2025). Pengaruh Media Sosial Dan Manajemen Risiko Terhadap Keputusan Investasi Berdasarkan Perilaku Investor Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *5*(2), 675–689.

Arianti, E. J., & Purbowati, R. (2024). PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY, LITERASI KEUANGAN DAN PRESEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (Studi Pada Generasi Z Di ITEBIS PGRI Dewantara Jombang). *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, *09*(1), 330–341.

Ashari, K. D., Setiawan, A. B., & Hutomo, Y. P. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Sikap dan Self-Efficacy Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Wilayah Bogor. *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, *4*(1), 54–68.

Bakshy, E., Eckles, D., Yan, R., & Rosenn, I. (2014). *Social Influence in Social Advertising: Evidence from Field Experiments*. *4*(8). https://doi.org/10.1145/2229012.2229027

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.

Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.

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*, *05*(02), 1–9.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340.

Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2017). *FinTech in Germany*. Springer International Publishing.

Fadila, N., Goso, Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Persepsi Risiko, dan Locus of Control Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *6*(2), 1633–1643.

Febrianti, A., Isnurhadi, H., & Andriana, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Experience Regret dan Perceived Risk terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa di Indonesia (Studi Kasus Peserta KMI EXPO XII 2021). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *5*(5), 1966–1975. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2017

Feriyanto, O., Qur'anisa, Z., Herawati, M., Lisvi, & Putri, M. H. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan di Era Digital. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan*

Akuntansi, *4*(3).

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gustiandi, S., Kurniadi, T., Lubis, A. R., & Rohmah, N. A. F. (2022). Pengaruh Penggunaan Sosial Media Instagram Dimasyarakat Kampung Kandaga. *KAMPRET Journal*, *1*(2), 17–23.

Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Pertama). CV. Andi Offset.

Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Edisi Keen). BPFE Yogyakarta.

Hasanudin, H., Nurwulandari, A., & Caesariawan, I. (2022). Pengaruh literasi keuangan, efikasi keuangan, dan sikap keuangan terhadap keputusan investasi melalui perilaku keuangan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *5*(2), 581–597. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.2318

Herawati, L., Zanaria, Y., & Darmayanti, E. F. (2024). Pengaruh Pengetahuan , Income , dan Efikasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi dengan Minat Berinvestasi sebagai Variabel Intervening di Metro Timur. *Journal of Oikonomia*, *2*(2), 48–58.

Jamieson, R., & Lui, H. K. (2003). TRiTAM : A Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce. *BLED 2003 Proceedings. 60*. https://doi.org/http://aisel.aisnet.org/bled2003/60

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). PROSPECT THEORY: AN ANALYSIS OF DECISION UNDER RISK. *Econometrica*, *47*(2), 263–291. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2307/1914185

Kamil, H. H., & Tanno, A. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Investor Berinvestasi , Latar Belakang Pendidikan dan Penghasilan Sebagai Variabel Kontrol. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *6*(2), 1622–1637.

Keuangan(OJK), O. J. (2022). *HASIL SURVEI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN (SNLIK) TAHUN 2022*. OTORITAS JASA KEUANGAN.

Khatib, D. F. (2016). TThe Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region. *International Journal of Business and Social Science*, *7*(4), 41–50.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Kusumawardan, R. F. A. (2024). Pengaruh Efikasi Diri Keuangan , Literasi Keuangan , Uang Saku Dan Pendidikan Keuangan Keluarga Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, *2022*, 1106–1115.

Lamusu, M. F. R., Agus, M., Monoarfa, S., & Dungga, M. F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan , Efikasi Keuangan , dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS*, *6*(3), 1132–1145.

Landang, R. D., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2021). PENGARUH LITERASI KEUANGAN,PERILAKU KEUANGAN DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR. *JURNAL EMAS*, *2*, 51–70.

Loprang, W. R., Saerang, I. S., & Lintong, D. C. A. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN EFIKASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MASYARAKAT MALALAYANG DUA LINGKUNGAN DUA. *Jurnal EMBA*, *10*(1), 1295–1304.

Lown, J. M. (2011). 2011 Oustanding AFCPE® Conference Paper: Development and Validation of a Financial Self-Efficacy Scale. *Journal of Financial Counseling and Planning*, *22*(2), 797–1569.

Masruroh, N. (2022). Media Sosial Dalam Lanskap Masyarakat Industri Dan Kaitannya Dengan

Budaya Populer. *PUBLICIANA*, *15*(01), 28–37.

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

Munawar, A. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi (Survei Pada Mahasiswa STIE Wikara)*. *14*(2), 253–268.

Nastitin, Y., Gunadi, I. G. N. B., & Gama, A. W. S. (2025). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, EFIKASI KEUANGAN DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA DENPASAR. *JURNAL EMAS*, *6*, 414–427.

Ormrod, J. E. (2020). *Human Learning* (8th Eition). Pearson Education.

Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019a). FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, *4*(1), 398–412.

Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019b). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, EFIKASI KEUANGAN, DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS PADANG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, *4*(1), 398–412.

Rahman, W., Herdiyanti, Azizah, J., Asir, M., & Wijayanto, G. (2024). Exploring Successful Social Media Marketing Strategies In Enhancing Brand Engagement With Consumers In The Digital Era Eksplorasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *5*(1), 355–363.

Ramdhani, M. R., Kurniawan, R., & Wahjono, S. I. (2025). Peran Fintech , Literasi Keuangan , dan Sikap Individu terhadap Penggunaan GoPay Later di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Journal of Innovative and Creativity*, *5*(2), 3543–3556.

Ricciardi, V., & Simon, H. K. (2000). What is Behavioral Finance ? *Business, Education and Technology Journal Fall 2000*, 1–9.

Sabatimy, V., & Nur, D. I. (2023). Pemberdayaan Pemahaman Masyarakat Dalam Mengoptimalkan Peluang Keuangan Empowering Community Understanding In Optimizing Financial Opportunities. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, *2*(3).

Salaming, N., Jasman, J., & Asriany. (2025). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI MILENIAL MELALUI FEAR OF MISSING OUT. *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)*, *7*(2), 123–138.

Schunk, D. H. (2020). *Learning Theories: An Educational Perspective* (8th Editio). Pearson Education.

Setiawan, K. O., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2023). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, EFIKASI KEUANGAN, DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP MINAT BERINVESTASI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR. *Jurnal Emas*, *4*(2020).

Setyaningrum, D., & Hidayah, N. (2024). Pengaruh Financial Behavior , Financial Technology , dan Financial Experience terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal pada Investor Muda di Kota Magelang. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, *2*(2), 250–260.

Sijabat, Y. P., Hutajulu, D. M., & Sihombing, P. (2019). DETERMINASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TERHADAP NIAT PENGGUNAAN FINTECH SEBAGAI ALAT

PEMBAYARAN (PAYMENT). *Prosiding SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS*.

Simbolon, W. E. M., Nababan, S. R. R., Nababan, R. Y., & Simangunsong, H. M. (2025). PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, *9*(1), 324–332.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2013a). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D. In *Bandung: ALFABETA*.

Sugiyono. (2013b). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KULITATIF DAN R & D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sumba, A. R., Mahmud, M., & Pilomonu, M. R. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan Dan Kemampuan Finansial Terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal. *SEIKO : Journal of Management & Business*, *7*(2), 1156–1176.

Tandelilin, E. (2010). *Pasar Modal: Manajemen Portofolio dan Investasi*.

Trisnaningsih, Sihabudin, & Fauji, R. (2022). *Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa*. *3*(2), 82–89. https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1705

Varadilla, Y. M., & Nugroho, P. I. (2024). PENGARUH TEKNOLOGI KEUANGAN, LITERASI KEUANGAN DAN MENTAL AKUNTANSI TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (STUDI KASUS MAHASISWA AKUNTANSI FEB UKSW). *Jurnal Dinamika Ekonomi Rakyat*, *3*(1), 47–65.

Vero. (2024). *dampak influencer indonesia*. Vero Asean Com.

Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, *12*(3), 252–264.

Widyatamaka, S., & Anwar, M. (2023). The Influence of Financial Experience and Financial Behavior on Investment Decisions of Workers In Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *4*(3), 2647–2657.

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNUR SEJAHTERA. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *2*(1), 1–8.