

Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan *Social Media Influencer* terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Akuntansi di Universitas Triatma Mulya

¹I Made Yudi Antara, ²I Ketut Yudana, ³Ni Made Ernila Junipisa
^{1,2,3} Universitas Triatma Mulya

E-mail: 1antaray47@gmail.com, 2yudanaadi70@gmail.com,
3ernila.junipisa@triatmamulya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan pesat investor pasar modal di Indonesia yang mencapai 17 juta orang pada tahun 2025, serta meningkatnya minat investasi mahasiswa di Universitas Triatma Mulya. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, dan *social media influencer* terhadap keputusan investasi mahasiswa akuntansi di Universitas Triatma Mulya. Berdasarkan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), variabel literasi keuangan mewakili sikap, perilaku keuangan mencerminkan kontrol perilaku, dan *social media influencer* merepresentasikan norma subjektif. Penelitian kuantitatif ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dari 92 responden mahasiswa aktif semester 6 dan 8 yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Perilaku keuangan juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Selain itu, *social media influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan paling kuat terhadap keputusan investasi dibandingkan variabel lainnya. Model penelitian ini memiliki nilai *R-square* sebesar 0,768, yang mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan variabel keputusan investasi sebesar 76,8%. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi antara pengetahuan finansial yang memadai, disiplin dalam pengelolaan keuangan pribadi, serta pengaruh positif dari tokoh media sosial secara efektif mampu mendorong kualitas pengambilan keputusan investasi di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa akuntansi.

Kata kunci : *Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Social Media Influencer, Keputusan Investasi, Mahasiswa Akuntansi.*

ABSTRACT

This research is driven by the rapid growth of capital market investors in Indonesia, reaching 17 million by 2025, and the increasing investment interest among students at Triatma Mulya University. The primary objective of this study is to analyze the influence of financial literacy, financial behavior, and social media influencers on the investment decisions of accounting students at Triatma Mulya University. Grounded in the Theory of Planned Behavior (TPB), financial literacy represents attitude, financial behavior reflects perceived behavioral control, and social media influencers represent subjective norms. This quantitative study utilizes primary data collected via questionnaires from 92 active respondents in their 6th and 8th semesters, selected using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Square (SEM-PLS) with SmartPLS 4.0 software. The findings reveal that financial literacy has a positive and significant impact on investment decisions. Financial behavior was also found to significantly and positively influence the investment decisions of students. Furthermore, social media influencers exert the strongest positive and significant influence on investment decisions compared to other variables. The research model yields an R-

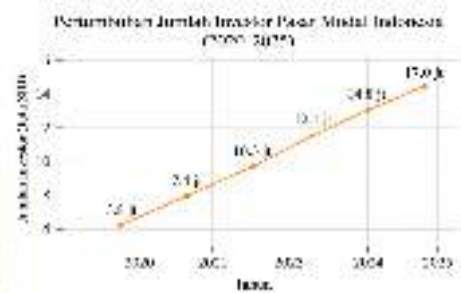
square value of 0.768, indicating that the three independent variables explain 76.8% of the variance in investment decisions. These results emphasize that the combination of adequate financial knowledge, disciplined personal financial management, and positive influence from social media personalities effectively enhances the quality of investment decision-making among the younger generation, particularly accounting students.

Keyword : *Financial Literacy, Financial Behavior, Social Media Influencer, Investment Decisions, Accounting Students.*

1. PENDAHULUAN

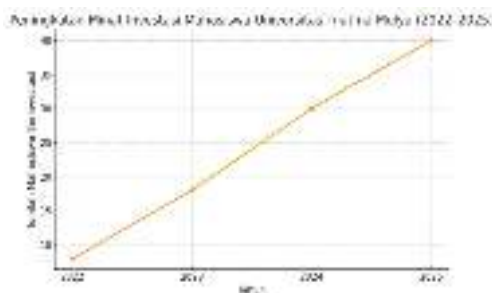
Investasi merupakan pengorbanan yang dilakukan pada saat sekarang dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat yang lebih besar di masa yang akan datang. Salah satu faktor yang dibutuhkan untuk melakukan sebuah investasi adalah modal atau dana. Sumber dana dapat berasal dari pinjaman atau dana pribadi. Semakin banyak pendapatan yang dimiliki dan pengalaman seseorang dalam mengelola keuangan tersebut, maka semakin baik cara pengelolaan keuangannya untuk masa depan dengan mempertimbangkan risiko yang akan terjadi dan memberikan toleransi pada risiko tersebut.

Sejak tahun 2020, jumlah investor pasar modal Indonesia terus bertumbuh pesat. Pada tahun 2020, jumlah investor tercatat sebesar 3,8 juta orang. Angka ini kemudian mengalami pertumbuhan sebesar 93% atau bertambah 3,6 juta orang menjadi 7,4 juta orang pada tahun 2021. Pada tahun 2022, jumlah investor bertambah sebesar 38% atau 2,8 juta orang menjadi 10,3 juta orang. Jumlah investor pasar modal kembali meningkat pada tahun 2023, yaitu sebesar 17,9% atau 1,9 juta orang menjadi 12,1 juta orang. Selanjutnya, jumlah investor tumbuh sebesar 22,2% atau 2,7 juta orang menjadi 14,8 juta orang pada tahun 2024 yang hingga saat ini telah mencapai 17 juta orang.



Gambar 1 Pertumbuhan jumlah investor pasar modal Indonesia dari tahun 2020 hingga 2025

Fenomena ini juga terjadi di Universitas Triatma Mulya di mana peningkatan minat investasi di kalangan mahasiswa yang mulai berinvestasi menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun, yaitu sebanyak 8 orang pada 2022, meningkat menjadi 18 orang pada 2023, lalu 30 orang pada 2024, dan mencapai 40 orang pada 2025. Data ini mencerminkan semakin tumbuhnya kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya mengelola keuangan secara bijak melalui investasi sejak dini. Fenomena serupa juga ditemukan oleh penelitian Multi (2024) yang menyoroti bahwa literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa berperan penting dalam mendorong keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa tren investasi di kalangan mahasiswa tidak hanya terjadi secara lokal, tetapi juga menjadi bagian dari fenomena nasional.



Gambar 2 Peningkatan minat investasi mahasiswa Universitas Triatma Mulya

Keputusan investasi mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya literasi keuangan, perilaku keuangan, dan peran media sosial. Menurut Lindananty & Angelina (2019), literasi keuangan dan perilaku keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil serupa juga dikemukakan oleh penelitian Landang, Widnyana, & Sukadana (2021) yang menemukan bahwa literasi keuangan, perilaku keuangan, dan tingkat pendapatan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Di sisi lain, studi terbaru oleh Haliyah (2025) menambahkan bahwa faktor *social media influencer* turut memengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal. Peran *influencer* sebagai penyebar informasi finansial dan motivator telah menciptakan ekosistem yang kondusif bagi mahasiswa untuk memulai investasi. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana literasi keuangan, perilaku keuangan, dan *social media influencer* berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa Universitas Triatma Mulya.

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan yang tepat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang berpengaruh terhadap kualitas pengambilan keputusan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Mahasiswa dengan tingkat literasi

keuangan yang tinggi akan lebih mampu memahami risiko, manfaat, serta peluang dari berbagai instrumen investasi. Penelitian Multi (2024) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian Lindananty & Angelina (2019) yang menyatakan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, semakin baik pula keputusan investasi yang diambil oleh individu.

Perilaku keuangan menggambarkan bagaimana individu merencanakan, mengelola, serta mengendalikan keuangan pribadinya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Suryanto (2017), perilaku keuangan berkaitan erat dengan bagaimana seseorang menggunakan pendapatan, menabung, serta mengalokasikan dana untuk kebutuhan masa depan. Perilaku keuangan yang baik akan mendorong mahasiswa untuk menyisihkan sebagian pendapatannya guna berinvestasi secara konsisten. Hasil penelitian Landang, Widnyana, & Sukadana (2021) menunjukkan bahwa perilaku keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Namun, penelitian lain seperti Safryani, Aziz, & Triwahyuningtyas (2020) menemukan hasil berbeda, di mana perilaku keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Peran *social media influencer* semakin penting dalam membentuk persepsi mahasiswa mengenai investasi. Media sosial menjadi sarana efektif bagi *influencer* untuk menyebarkan informasi, memberikan edukasi, sekaligus mendorong generasi muda agar tertarik berinvestasi. Penelitian Haliyah (2025) membuktikan bahwa *social media influencer* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Hal ini diperkuat oleh penelitian Fauzianti & Retnosari (2022)

yang menyatakan bahwa *influencer* mampu meningkatkan kepercayaan mahasiswa untuk mulai berinvestasi melalui promosi dan edukasi finansial di platform digital. Dengan gaya komunikasi yang dekat dengan generasi muda, *influencer* berperan sebagai motivator sekaligus *role model* dalam pengambilan keputusan investasi.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat beberapa temuan yang konsisten namun juga menunjukkan perbedaan hasil. Multi (2024) menyimpulkan bahwa literasi keuangan dan perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lindananty & Angelina (2019) serta Landang, Widnyana, & Sukadana (2021) yang menegaskan bahwa literasi dan perilaku keuangan merupakan faktor penting dalam menentukan keputusan investasi. Namun, penelitian Safryani, Aziz, & Triwahyuningtyas (2020) serta Arianti (2018) justru menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Sementara itu, penelitian pendukung oleh Haliyah (2025) menambahkan dimensi baru, yaitu peran *social media influencer*, yang terbukti signifikan memengaruhi minat investasi mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya *research gap*, di mana kajian sebelumnya lebih banyak berfokus pada literasi dan perilaku keuangan, sedangkan pengaruh *social media influencer* terhadap keputusan investasi mahasiswa, khususnya di Universitas Triatma Mulya, masih relatif terbatas untuk diteliti lebih lanjut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori Perilaku Terencana atau *Theory of Planned Behavior* (TPB) dikemukakan oleh Ajzen (1991) sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori ini menjelaskan bahwa niat (*intention*) merupakan

prediktor utama dari suatu perilaku aktual, dan niat tersebut dibentuk oleh tiga konstruk utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). *Attitude toward behavior* mengacu pada evaluasi individu terhadap suatu tindakan apakah tindakan tersebut dinilai positif atau negatif. *Subjective norm* menggambarkan persepsi individu tentang ekspektasi sosial atau tekanan dari orang-orang penting di sekitarnya mengenai apakah ia harus atau tidak harus melakukan tindakan tersebut. *Perceived behavioral control* merujuk pada sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan dan sumber daya untuk melakukan suatu perilaku, serta bagaimana ia mengendalikan faktor-penghalang eksternal dan internal.

2.2 Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah tindakan individu dalam mengalokasikan dana yang dimilikinya dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan. Sukirno (2004) mendefinisikan investasi sebagai pengeluaran penanaman modal untuk membeli barang modal dan perlengkapan produksi. Bagi mahasiswa, keputusan investasi mencerminkan bagaimana mereka menyisihkan pendapatan untuk instrumen investasi, seperti saham, reksa dana, atau obligasi (Multi, 2024). Menurut Tandililin (2010), keputusan investasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya: tingkat pengembalian (*return expected*), tingkat risiko (*risk*), informasi, likuiditas, faktor psikologis dan perilaku, lingkungan sosial, serta literasi keuangan.

2.3 Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan yang tepat. Otoritas Jasa Keuangan (2016) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang

memengaruhi sikap serta perilaku dalam pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Menurut Chen & Volpe (1998), literasi keuangan yang rendah sering menyebabkan individu salah dalam mengambil keputusan finansial, termasuk dalam hal investasi. Indikator literasi keuangan meliputi pengetahuan dasar keuangan, pengelolaan uang (*money management*), perencanaan investasi, pemahaman risiko, dan sikap terhadap keuangan.

2.4 Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan menggambarkan kebiasaan individu dalam mengatur pendapatan, pengeluaran, menabung, dan berinvestasi. Menurut Suryanto (2017), perilaku keuangan adalah cerminan kontrol diri dalam mengelola keuangan. Perilaku keuangan yang baik meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa dalam mengambil keputusan investasi. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan meliputi perencanaan keuangan, kebiasaan menabung, pengendalian pengeluaran, investasi, dan manajemen utang.

2.5 Social Media Influencer

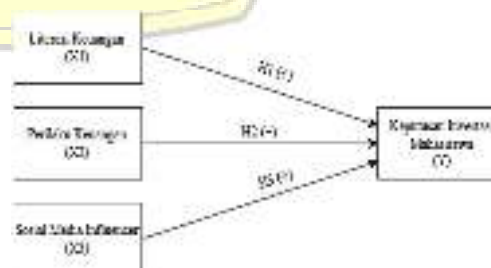
Social media influencer adalah individu dengan pengaruh besar di media sosial yang dapat memengaruhi opini dan perilaku pengikutnya. Haliyah (2025) menemukan bahwa *influencer* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Seseorang dapat dikategorikan sebagai *influencer* apabila memiliki kredibilitas, kualitas konten yang konsisten, serta kemampuan untuk memengaruhi keputusan pengikutnya. Faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas *social media influencer* meliputi kredibilitas, daya tarik (*attractiveness*), keahlian (*expertise*), interaksi dengan audiens, dan kesesuaian dengan nilai audiens (*congruence*).

2.6 Kajian Empiris

Kajian empiris adalah kajian yang diperoleh dari observasi atau percobaan. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan antara lain penelitian Multi (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan dan perilaku keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Lindananty dan Angelina (2019) menyatakan bahwa literasi keuangan, perilaku keuangan, dan pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Namun, Safryani, Aziz, dan Triwahyuningtyas (2020) menemukan bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Sementara itu, penelitian Zela Zuhroul Haliyah (2025) menemukan bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

2.7 Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Kerangka konseptual merupakan uraian yang menjelaskan hubungan antarvariabel yang digunakan dalam penelitian ini. Literasi keuangan (X1) mewakili *attitude toward behavior*, perilaku keuangan (X2) mencerminkan *perceived behavioral control*, sementara *social media influencer* (X3) merepresentasikan *subjective norms*. Adapun keputusan investasi (Y) menggambarkan *behavioral intention* atau niat nyata mahasiswa dalam menentukan pilihan investasinya.



Gambar 3 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan kajian empiris maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- H₁** : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa akuntansi di Universitas Triatma Mulya.
- H₂** : Perilaku keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa akuntansi di Universitas Triatma Mulya.
- H₃** : *Social media influencer* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa akuntansi di Universitas Triatma Mulya.

3. METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Triatma Mulya, yang berlokasi di Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada fenomena meningkatnya minat mahasiswa dalam melakukan investasi di pasar modal. Selain itu, Universitas Triatma Mulya juga bekerja sama dengan lembaga sekuritas untuk memberikan edukasi investasi kepada mahasiswa, sehingga lingkungan kampus ini relevan untuk dijadikan objek penelitian. Penelitian ini direncanakan dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu mulai dari bulan November 2025 hingga Februari 2026. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Investasi Mahasiswa (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan (X1), Perilaku Keuangan (X2), dan Sosial Media Influencer (X3). Definisi operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, definisi operasional variabel dimaksudkan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan dengan benar.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan survei yaitu kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang meminta

responden untuk menjawab sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis (Sugiyono, 2022). Kuesioner penelitian ini menggunakan skala Likert 5 (lima) poin yang diharapkan dapat menjangkau data yang lebih akurat. Dalam penelitian ini, data kuantitatif diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada mahasiswa akuntansi Universitas Triatma Mulya yang menjadi responden penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan variabel-variabel yang diteliti. Berdasarkan data terbaru dari bagian akademik Universitas Triatma Mulya, jumlah keseluruhan mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi adalah sebanyak 166 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Berdasarkan kriteria yang ditetapkan, terdapat 74 mahasiswa yang tidak memenuhi kriteria sampel, sehingga jumlah responden yang memenuhi kriteria dan dapat dijadikan sampel penelitian adalah sebanyak 92 mahasiswa.

Tabel 1 Teknik Penentuan Sampel

No	Keterangan	Tidak Masuk Kriteria	Jumlah Mahasiswa
1	Jumlah Populasi		166
2	Jumlah Mahasiswa semester 6 dan 8	(74)	92

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) yang diolah menggunakan aplikasi Smart PLS versi 4.0. Analisis *Partial Least Square* (PLS) merupakan salah satu metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian yang mampu

secara bersamaan menguji model pengukuran (*Outer Model*) dan model struktural (*Inner Model*). Pengujian *Outer Model* digunakan untuk menilai tingkat validitas dan reliabilitas indikator terhadap konstruk yang diukur. Sementara itu, *Inner Model* berfungsi untuk menguji hubungan kausalitas (sebab-akibat) antar variabel laten serta menguji hipotesis yang diajukan melalui model prediktif. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji signifikansi berdasarkan nilai t-statistik dan *p-value* pada model PLS-SEM. Hipotesis penelitian dinyatakan diterima apabila

nilai t-statistik lebih besar dari 1,645 atau nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini ditinjau melalui beberapa variabel demografi yang digambarkan melalui variabel semester mahasiswa, usia, jenis kelamin, dan program studi. Karakteristik responden ditunjukkan pada Tabel 2 berikut ini:

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Semester	6	25	27,20
		8	67	72,80
		Jumlah	92	100
2	Usia	18-20Thn	17	18,50
		21-23Thn	58	63
		24-26 Thn	17	18,50
		Jumlah	92	100
2	Jenis Kelamin	Laki - Laki	27	29,30
		Perempuan	65	70,70
		Jumlah	92	100
3	Kuliah sambil Kerja	YA	41	44,60
		TIDAK	51	55,40
		Jumlah	92	100
4	Program Kerja	Akutansi Pusat	47	51,10
		Akutansi AkuBank	24	26,10
		Akutansi K.Jembrana	21	22,80
		Jumlah	92	100

Tabel 2 menunjukkan jumlah responden sebanyak 92 responden sedangkan jumlah mahasiswa tercatat sebanyak 166 orang. Namun, setelah dilakukan proses seleksi dan verifikasi data, terdapat 74 mahasiswa yang tidak memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Hal ini disebabkan karena sebagian mahasiswa tersebut tidak sepenuhnya aktif secara akademik, meskipun secara administratif masih tercatat sebagai mahasiswa aktif oleh pihak kampus hingga batas masa studi maksimal, yaitu 4 tahun. Selain itu, terdapat pula mahasiswa pindahan yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian

yang telah ditetapkan. Dengan demikian, jumlah responden yang memenuhi kriteria dan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 92 mahasiswa. Responden yang dipilih merupakan mahasiswa yang benar-benar aktif dan sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga data yang diperoleh lebih relevan dan representatif dalam menggambarkan kondisi sebenarnya.

Berdasarkan tabel karakteristik responden, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari semester 8, yaitu sebanyak 67 orang atau sebesar 72,80 persen. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan

mahasiswa tingkat akhir yang cenderung telah memiliki pengalaman dan pemahaman yang lebih baik terkait pengelolaan keuangan maupun investasi. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 21–23 tahun, yaitu sebanyak 58 orang atau sebesar 63 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia produktif yang umumnya mulai memiliki kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan keuangan dan investasi. Dari segi jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 65 orang atau sebesar 70,70 persen. Dominasi responden perempuan menunjukkan bahwa partisipasi dalam penelitian ini lebih banyak berasal dari mahasiswa perempuan, yang dapat memengaruhi pola hasil penelitian terutama dalam aspek perilaku keuangan. Berdasarkan status kuliah sambil bekerja, sebanyak 41 responden atau 44,60 persen menyatakan bekerja, sedangkan 51 responden atau 55,40 persen tidak bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum memiliki penghasilan tetap, namun terdapat juga proporsi yang cukup signifikan dari mahasiswa yang telah memiliki pengalaman kerja, sehingga berpotensi memengaruhi cara mereka dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan investasi.

Tabel 3 Penilaian Responden Terhadap Literasi Keuangan

No	Indikator	Skor Jawaban					Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5		
1	Saya menganggap pengeluaran bulanan sesuai dengan skala prioritas kebutuhan.	0	26	16	33	17	3,45	Tinggi
2	Saya menyimpan bukti pembayaran penting (spp, listrik) karena khawatir suatu saat dibutuhkan	4	22	18	42	6	3,26	Cukup
3	Saya selalu menyisihkan uang sebelum membelanjakan uang bulanan.	0	26	11	24	31	3,65	Tinggi
4	Saya berpendapat bahwa Investasi lebih menguntungkan dari pada	4	22	16	39	11	3,34	Cukup

Berdasarkan program studi, mayoritas responden berasal dari Akuntansi Pusat sebanyak 47 orang atau sebesar 51,10 persen. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi responden cukup merata, meskipun didominasi oleh mahasiswa dari program Akuntansi Pusat.

4.2 Hasil Analisis Deskriptif

Variabel pada penelitian ini dideskripsikan dengan menggunakan statistik deskriptif. Variabel-variabel penelitian yang sudah dinilai oleh responden berdasarkan butir-butir pernyataan kuesioner dengan skala pengukuran mulai dari 1 sampai dengan 5 perlu dilakukan penentuan distribusi frekuensi berdasarkan nilai interval.

4.2.1 Literasi Keuangan (X1)

Literasi keuangan diukur dengan enam item pernyataan yang berhubungan dengan pemahaman literasi keuangan Mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Triatma Mulya Tahun 2025/2026. Data yang ditunjukkan pada Tabel 3 menampilkan frekuensi jawaban responden, rata-rata jawaban, dan kriteria penilaian jawaban responden untuk masing-masing pernyataan pada variabel literasi keuangan:

tabungan								
5	Saya memahami bahwa Risiko adalah kemungkinan perbedaan return yang di harapkan (<i>expected return</i>) dan return yang sesungguhnya (<i>actual return</i>).	2	12	21	38	19	3,64	Tinggi
6	Saya meyakini bahwa semakin tinggi resiko yang ditimbulkan oleh investasi, maka akan semakin besar pula tingkat pengembalian (<i>return</i>) yang akan didapatkan.	4	28	16	29	15	3,25	Cukup
Rata-rata skor literasi keuangan							3,43	Tinggi

Tabel 3 menunjukkan bahwa literasi keuangan masuk dalam kriteria tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 3,43. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator “Saya selalu menyetor uang sebelum membelanjakan uang bulanan.”, dengan rata-rata sebesar 3,65 termasuk dalam kriteria tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki kebiasaan finansial yang positif, khususnya dalam hal pengelolaan pendapatan melalui kegiatan menabung atau menyetor dana terlebih dahulu sebelum melakukan pengeluaran. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran yang baik terhadap pentingnya perencanaan keuangan pribadi. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator “Saya meyakini bahwa semakin tinggi risiko yang ditimbulkan oleh investasi, maka akan semakin besar pula tingkat pengembalian (*return*) yang akan didapatkan” dengan nilai sebesar 3,25

yang termasuk dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman responden terkait konsep hubungan antara risiko dan *return* dalam investasi masih belum optimal. Dengan kata lain, masih terdapat sebagian responden yang belum sepenuhnya memahami prinsip dasar investasi, khususnya mengenai *trade-off* antara risiko dan tingkat pengembalian.

4.2.2 Perilaku Keuangan (X2)

Perilaku keuangan diukur dengan tujuh item pernyataan yang berhubungan dengan Mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Triatma Mulya Tahun 2025/2026. Data yang ditunjukkan pada Tabel 4 menampilkan frekuensi jawaban responden, rata-rata jawaban, dan kriteria penilaian jawaban responden untuk masing-masing pernyataan pada variabel perilaku keuangan:

Tabel 4 Penilaian Responden Terhadap Perilaku Keuangan

No	Indikator	Skor Jawaban					Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5		
1	Catatan keuangan membantu saya mengatur pengelolaan uang.	3	25	16	33	15	3,35	Cukup
2	Catatan keuangan membantu saya membuat perencanaan kebutuhan.	1	26	13	32	20	3,48	Tinggi
3	Membuat batas pengeluaran membantu saya hidup hemat.	2	25	15	32	18	3,42	Tinggi

4	Saya selalu membayar tagihan tepat waktu (Seperti: Kartu Kredit, Telpon, dan lain-lain.)	5	17	19	34	17	3,45	Tinggi
5	Saya akan melihat bunga deposito sebelum menyimpan uang di bank	0	27	15	28	22	3,49	Tinggi
6	Semakin banyak pendapatan yang saya peroleh, maka semakin banyak barang yang saya konsumsi.	3	24	12	47	6	3,32	Cukup
7	Saya selalu menyimpan sebagian pendapatan yang saya peroleh.	1	27	7	24	33	3,66	Tinggi
Rata-rata skor perilaku keuangan							3,45	Tinggi

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel perilaku keuangan masuk dalam kriteria tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 3,45. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya selalu menyimpan sebagian pendapatan yang saya peroleh”, dengan nilai rata-rata sebesar 3,66 yang masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kebiasaan positif dalam mengelola keuangan, khususnya dalam hal menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung atau dialokasikan pada kebutuhan di masa depan serta mencerminkan adanya kesadaran finansial yang baik serta sikap disiplin dalam pengelolaan keuangan pribadi. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Semakin banyak pendapatan yang saya peroleh, maka semakin banyak barang yang saya konsumsi” dengan nilai sebesar 3,32 yang termasuk dalam kategori cukup.

Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kecenderungan pada sebagian responden untuk meningkatkan konsumsi seiring dengan bertambahnya pendapatan. Kondisi ini mencerminkan adanya perilaku konsumtif yang masih perlu dikendalikan agar tidak berdampak negatif terhadap kondisi keuangan di masa depan.

4.2.3 Social Media Influencer (X3)

Social media influencer diukur dengan empat pernyataan yang berhubungan dengan Mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Triatma Mulya Tahun 2025/2026. Data yang ditunjukkan pada Tabel 5 menampilkan frekuensi jawaban responden, rata-rata jawaban, dan kriteria penilaian jawaban responden untuk masing-masing pernyataan variabel *Social media influencer*:

Tabel 5 Penilaian Responden Terhadap Social Media Influencer

No	Indikator	Skor Jawaban					Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5		

1	Saya mengikuti akun <i>media social</i> yang membahas tentang investasi	3	20	13	43	13	3,47	Tinggi
2	Saya merasa informasi investasi dari <i>social media influencer</i> mudah dipahami.	6	18	14	48	6	3,33	Cukup
3	Rekomendasi investasi dari <i>social media influencer</i> mempengaruhi keputusan investasi saya.	2	30	18	24	18	3,28	Cukup
4	Saya percaya dengan informasi investasi yang disampaikan oleh <i>social media influencer</i> .	3	27	15	42	5	3,21	Cukup
Rata-rata skor <i>Social media influencer</i>							3,32	Cukup

Tabel 5 menunjukkan bahwa *Social media influencer* masuk dalam kriteria cukup dengan nilai rata-rata sebesar 3,32. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya mengikuti akun media sosial yang membahas tentang investasi”, dengan nilai rata-rata sebesar 3,47 yang masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki minat yang cukup baik dalam mencari informasi terkait investasi melalui media sosial, ini mencerminkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi yang penting bagi responden dalam meningkatkan wawasan keuangan. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya percaya dengan informasi investasi yang disampaikan oleh *social media influencer*” dengan nilai sebesar 3,21 yang termasuk dalam kategori cukup. Hal ini

menunjukkan bahwa meskipun responden aktif mengikuti akun yang membahas investasi, tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan oleh *influencer* masih relatif terbatas. Responden cenderung bersikap selektif dan tidak sepenuhnya bergantung pada informasi yang diperoleh dari *social media influencer*.

4.2.4 Keputusan Investasi (Y)

Keputusan investasi diukur dengan lima pernyataan yang berhubungan dengan Mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Triatma Mulya Tahun 2025/2026. Data yang ditunjukkan pada Tabel 6 menampilkan frekuensi jawaban responden, rata-rata jawaban, dan kriteria penilaian jawaban responden untuk masing-masing pernyataan pada variabel keputusan investasi mahasiswa:

Tabel 6 Penilaian Responden Terhadap Keputusan Investasi

No	Indikator	Skor Jawaban					Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5		
1	Saya mengutamakan keputusan investasi dari produk investasi yang saya pilih di pasar modal.	2	14	21	38	17	3,59	Tinggi
2	Saya berusaha untuk mencari informasi dari berbagai pihak untuk mengetahui keuntungan investasi yang saya terima.	2	21	9	46	14	3,53	Tinggi

3	Saya mempelajari terlebih dahulu resiko apa saja yang akan diterima sebelum menentukan pilihan investasi di pasar modal.	1	22	4	37	28	3,75	Tinggi
4	Saya dapat mengerti bagaimana cara mengurangi resiko dalam berinvestasi di pasar modal.	2	23	18	37	12	3,37	Cukup
5	Saya lebih memilih investasi dengan sebagai keuntungan yang lebih tinggi di pasar modal meskipun risiko yang mungkin saya terima juga tinggi.	6	20	13	47	6	3,29	Cukup
Rata-rata skor Keputusan Investasi							3,51	Tinggi

Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel keputusan investasi mahasiswa termasuk dalam kriteria tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 3,51. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya mempelajari terlebih dahulu risiko apa saja yang akan diterima sebelum menentukan pilihan investasi di pasar modal” dengan nilai rata-rata sebesar 3,75 yang termasuk dalam kriteria tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki sikap yang rasional dan berhati-hati dalam berinvestasi, yaitu dengan melakukan analisis terlebih dahulu terhadap risiko yang mungkin dihadapi. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran yang baik terhadap pentingnya manajemen risiko dalam pengambilan keputusan investasi. Namun, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya lebih memilih investasi dengan keuntungan yang lebih tinggi di pasar modal meskipun risiko yang mungkin saya terima juga tinggi” dengan nilai sebesar 3,29 yang termasuk dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden masih cenderung berhati-hati dan tidak sepenuhnya berorientasi pada keuntungan tinggi apabila disertai dengan risiko yang besar. Dengan kata lain, responden cenderung memiliki preferensi risiko yang moderat. Secara keseluruhan bahwa mahasiswa telah menunjukkan perilaku pengambilan keputusan investasi yang cukup baik dan rasional, dengan

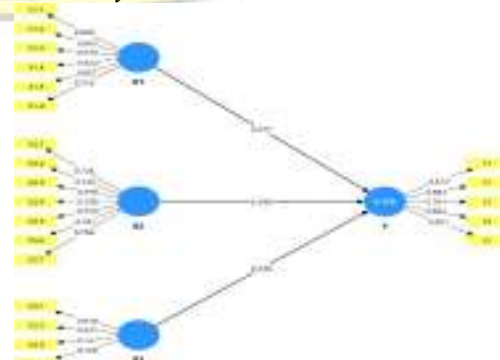
mempertimbangkan aspek risiko sebelum berinvestasi.

4.3 Hasil Analisis Inferensial

Analisis statistik inferensial yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) atau SEM dengan PLS. Berikut merupakan hasil analisis statistik inferensial pada penelitian ini:

4.3.1 Evaluasi model pengukuran (*outer model*)

Evaluasi *outer model* disebut pula dengan evaluasi model pengukuran yang digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Kriteria indikator diukur dengan *convergent validity*, *discriminant validity* dan akar *Average Variance Extracted* (AVE) sedangkan reliabilitas diukur dengan *composite reliability*.



Gambar 4 Gambar Evaluasi *Outer Model*

Convergent validity dengan indikator refleksi dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor variabelnya. Indikator individu dianggap valid apabila memiliki nilai korelasi di atas 0,70, namun untuk penelitian yang tergolong baru dikembangkan maka nilai korelasi di atas 0,60 sudah dianggap cukup.

Hasil pengujian *convergent validity* menunjukkan bahwa seluruh nilai *outer loading* indikator pada variabel penelitian ini memiliki nilai lebih besar dari 0,70, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi persyaratan *convergent validity* dan dinyatakan valid. Selanjutnya, *discriminant validity* dari model pengukuran reflektif dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk.

4.3.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness of fit* model. Nilai *R-square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogennya.

Tabel 4.8 Hasil Uji Pengaruh Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 – Y	0,277	0,268	0,097	2,860	0,004
X2 – Y	0,189	0,196	0,071	2,665	0,008
X3 – Y	0,488	0,491	0,077	6,369	0,000

Berdasarkan Tabel 4.8 maka pengaruh langsung antar variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi:** Nilai t-statistik sebesar 2,860 lebih besar dari t-tabel 1,96 sehingga H₀ ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Nilai *P-Value* sebesar 0,004 (< 0,05) menunjukkan bahwa literasi

Tabel 7 Hasil Nilai *R-Square*

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Y	0,768	0,760

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *R-square* untuk variabel keputusan investasi sebesar 0,768 yang berarti model penelitian ini adalah kuat atau 76,8 persen dan sisanya sebesar 23,2 persen lainnya dipengaruhi oleh konstruk di luar model. Selain itu, nilai *Goodness of Fit* (GoF) sebesar 0,793 menunjukkan bahwa model penelitian yang digunakan memiliki tingkat kesesuaian yang sangat baik. Dengan nilai GoF sebesar 0,793 yang jauh di atas batas GoF besar (0,36), dapat disimpulkan bahwa model memiliki daya jelaskan yang sangat kuat terhadap data empiris.

4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

Uji statistik yang digunakan untuk uji hipotesis adalah uji t pada setiap jalur pengaruh antar variabel. Hasil pengujian pengaruh langsung dengan *bootstrapping* dari analisis PLS dapat dilihat sebagai berikut:

- keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa.
- Pengaruh perilaku keuangan terhadap keputusan investasi:** Nilai t-statistik sebesar 2,665 lebih besar dari t-tabel 1,96 sehingga H₀ ditolak. Hal ini menunjukkan perilaku keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Nilai *P-Value* sebesar 0,008 (< 0,05) menunjukkan bahwa perilaku keuangan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa.

3. **Pengaruh *social media influencer* terhadap keputusan investasi:** Nilai t-statistik sebesar 6,369 lebih besar dari t-tabel 1,96 sehingga H₀ ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *social media influencer* berpengaruh terhadap keputusan investasi. Nilai *P-Value* sebesar 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa, maka semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengambil keputusan investasi. Mahasiswa yang memiliki pemahaman yang baik terkait konsep keuangan cenderung lebih rasional dan terarah dalam menentukan pilihan investasi di pasar modal. Hasil penelitian ini sejalan dengan Multi (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa.

4.5.2 Pengaruh Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini berarti semakin baik perilaku keuangan yang dimiliki individu, seperti kebiasaan menabung dan perencanaan keuangan, maka semakin baik pula kualitas keputusan investasi yang diambil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lindananty dan Angelina (2019) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan yang baik berhubungan dengan

pengambilan keputusan keuangan yang lebih efektif.

4.5.3 Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap Keputusan Investasi

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *Social Media Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini berarti semakin besar pengaruh *social media influencer* yang diterima oleh individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu dalam mengambil keputusan investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lindananty dan Angelina (2019) yang menemukan bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan individu melalui kredibilitas dan daya tarik yang dimiliki.

5. KESIMPULAN

Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Triatma Mulya Tahun 2025/2026. Perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Serta *social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa.

Bagi mahasiswa, disarankan untuk lebih aktif meningkatkan literasi keuangan serta lebih kritis dalam menyaring informasi investasi dari *social media influencer* agar tidak terjebak pada keputusan impulsif. Bagi perguruan tinggi, diharapkan dapat menyelenggarakan program edukasi seperti seminar atau *workshop* terkait perencanaan keuangan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi serta memperluas objek penelitian pada kelompok generasi muda lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Arianti, B. F. (2018). Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa dengan perilaku keuangan dan pendapatan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 15(1), 1–10.
- Dewi, I. G. A. A. P., & Purbawangsa, I. B. A. (2018). Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, dan pendapatan terhadap keputusan investasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(7), 3535–3563.
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh modal awal investasi, pengetahuan investasi, dan sosial media influencer terhadap minat investasi mahasiswa akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 26–35.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- IDX. (2025, Juli 4). *Siaran Pers: Statistik Pasar Modal Indonesia 2025*. Bursa Efek Indonesia.
- Landang, I. M., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2021). Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, dan tingkat pendapatan terhadap keputusan investasi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 55–66.
- Lindananty, D., & Angelina, F. (2019). Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, dan pendapatan terhadap keputusan investasi saham. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(2), 99–110.
- Multi. (2024). *Pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa*. (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta.
- OJK. (2016). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Zela Zuhroul Haliyah. (2025). *Pengaruh pengetahuan investasi, literasi keuangan, persyaratan modal minimum, dan social media influencer terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri KHAS Jember.