

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PAPARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI ASET KRIPTO PADA GEN Z

Diah Ayu Mutiara Efendi^{1*}, Siti Fatonah², Leni Triana³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Indonesia

*Corresponding author: diahayumutiaraefendi@gmail.com

Abstract

The high participation of Generation Z in cryptocurrency investment is not always matched by adequate financial understanding, while the massive flow of information from social media increasingly shapes how they make financial decisions. This study examines the effect of financial literacy and social media exposure on cryptocurrency investment decisions among Gen Z, both partially and simultaneously. A quantitative causal-associative approach was used with primary data collected through a Likert-scale questionnaire distributed to 96 students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Bina Bangsa, who had crypto investment experience, determined through purposive sampling and the Hair formula. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results show that financial literacy has a positive and significant effect on investment decisions ($t = 8.110$; $\text{sig.} = 0.000$), while social media exposure has a negative and significant effect ($t = -4.812$; $\text{sig.} = 0.000$). Simultaneously, both variables significantly affect investment decisions ($F = 33.064$; $\text{sig.} = 0.000$), contributing 41.6% ($R^2 = 0.416$), while the remaining 58.4% is explained by other factors outside the model. These findings indicate that financial literacy acts as a protective factor, whereas excessive social media exposure may reduce the rationality of crypto investment decisions due to information overload and behavioral biases such as fear of missing out. This study contributes empirically to the development of digital financial education targeted at young people.

Keywords: financial literacy; social media exposure; investment decision; crypto asset; generation Z

Abstrak

Tingginya partisipasi Generasi Z pada investasi aset kripto tidak selalu diimbangi dengan pemahaman keuangan yang memadai, sementara arus informasi dari media sosial semakin masif memengaruhi cara mereka mengambil keputusan finansial. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh literasi keuangan dan paparan media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto di kalangan Gen Z, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert kepada 96 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa yang memiliki pengalaman berinvestasi kripto, ditentukan melalui purposive sampling dan formula Hair. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda berbantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi ($t = 8,110$; $\text{sig.} = 0,000$), sedangkan paparan media sosial berpengaruh negatif dan signifikan ($t = -4,812$; $\text{sig.} = 0,000$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi ($F = 33,064$; $\text{sig.} = 0,000$) dengan kontribusi sebesar 41,6% ($R^2 = 0,416$), sedangkan 58,4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Temuan ini mengindikasikan literasi keuangan berfungsi sebagai faktor protektif, sementara paparan media sosial yang berlebihan justru dapat menurunkan kualitas keputusan investasi kripto akibat information overload dan bias perilaku seperti fear of missing out. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan edukasi keuangan digital yang menysasar generasi muda.

Kata Kunci: literasi keuangan; paparan media sosial; keputusan investasi; aset kripto; generasi Z

PENDAHULUAN

Transformasi digital pada sektor keuangan telah mengubah cara individu mengakses, mengelola, dan mengalokasikan sumber daya finansialnya. Salah satu wujud transformasi tersebut adalah kemunculan aset kripto (*cryptocurrency*), instrumen investasi yang menjanjikan imbal hasil tinggi namun disertai volatilitas ekstrem. Sejak Januari 2025, kewenangan pengawasan aset kripto di Indonesia beralih dari Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023, menandakan bahwa aset kripto kini menjadi bagian resmi dari sistem keuangan digital nasional.

Data OJK (2025a) mencatat nilai transaksi aset kripto di Indonesia sepanjang tahun 2025 berfluktuasi antara Rp32,42 triliun hingga Rp52,50 triliun per bulan, dengan jumlah pelanggan terdaftar yang terus bertambah dari 12.920 pada Januari menjadi 20.187 pada Desember 2025. Pertumbuhan jumlah investor yang konsisten meski nilai transaksi fluktuatif mengindikasikan minat masyarakat terhadap kripto tetap tinggi. Data Coinvestasi (2025) turut menunjukkan bahwa kelompok usia 18–25 tahun, yang merupakan representasi Generasi Z, mendominasi basis investor kripto Indonesia dengan proporsi 51,8%, jauh di atas kelompok usia lainnya.

Tingginya partisipasi Gen Z tersebut menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai kualitas pengambilan keputusan investasinya. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK tahun 2025 memperlihatkan bahwa tingkat literasi keuangan kelompok usia produktif awal (18–25 tahun) sebesar 73,22%, berada di atas kelompok remaja (15–17 tahun) yang hanya 51,68%, tetapi tingkat inklusi keuangan yang tinggi (89,96%) tidak selalu diiringi pemahaman risiko yang memadai (OJK, 2025b). Kesenjangan antara kemudahan mengakses produk keuangan digital dan kemampuan mengelolanya secara bijak inilah yang berpotensi mendorong keputusan investasi kripto yang kurang rasional, sebagaimana ditegaskan Behavioral Finance Theory bahwa keputusan investasi tidak sepenuhnya rasional, melainkan turut dipengaruhi bias perilaku seperti *fear of missing out* (FoMO) dan *herding behavior* (Buana & Amalia, 2026).

Di sisi lain, tingginya intensitas Gen Z dalam mengakses media sosial menjadikan mereka rentan terpapar informasi investasi secara masif, baik dari konten edukatif maupun promosi

berlebihan oleh financial influencer (Rahman et al., 2025). Paparan informasi yang tidak diimbangi dengan penyaringan yang memadai berpotensi memunculkan information overload, yaitu kondisi ketika seseorang menerima informasi secara berlebihan sehingga menurunkan kualitas pengambilan keputusan (Azizul et al., 2025).

Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi bukan hal baru, namun sebagian besar penelitian terdahulu menguji kedua variabel tersebut dengan menambahkan variabel lain seperti herding behavior, sosiodemografi, atau toleransi risiko, dan banyak yang berfokus pada instrumen investasi secara umum atau saham (Susilowati et al., 2026; Wididiatmika et al., 2026; Rahmah et al., 2025; W & Wafiroh, 2022). Penelitian yang secara spesifik menguji kombinasi literasi keuangan dan paparan media sosial pada konteks aset kripto, instrumen dengan karakteristik volatilitas dan budaya investasi digital yang berbeda dari saham, pada kalangan mahasiswa Gen Z di perguruan tinggi daerah, khususnya di luar kota-kota besar, masih relatif terbatas. Kekosongan inilah yang mendasari urgensi penelitian ini sebagai upaya mengisi celah riset (research gap) yang teridentifikasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi Gen Z dalam konteks aset kripto; (2) mengetahui pengaruh paparan media sosial terhadap keputusan investasi Gen Z dalam konteks aset kripto; dan (3) mengetahui pengaruh literasi keuangan dan paparan media sosial secara simultan terhadap keputusan investasi Gen Z dalam konteks aset kripto. Penelitian dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa yang memiliki pengalaman berinvestasi kripto, dengan harapan hasilnya dapat memperkaya literatur mengenai perilaku investasi digital generasi muda sekaligus menjadi masukan bagi penyusunan program edukasi keuangan yang lebih kontekstual.

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan proses individu dalam menganalisis dan memilih alternatif penempatan dana pada instrumen tertentu dengan mempertimbangkan tingkat keuntungan, risiko, dan jangka waktu (Hafzari, 2025). Keputusan investasi pada penelitian ini diukur melalui

tiga indikator, yaitu tingkat pengembalian (return), risiko (risk), dan horizon waktu (time horizon), yang relevan untuk mengukur keputusan investasi pada aset kripto yang dicirikan oleh volatilitas harga tinggi dan horizon investasi yang umumnya jangka pendek pada investor muda (Khorida & Sulhendri, 2025).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku individu dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan (OJK, 2025b). Emilda (2026) menekankan literasi keuangan sebagai kapasitas individu memahami konsep keuangan, mengelola keuangan pribadi, serta menentukan keputusan keuangan secara bertanggung jawab. Studi Idris et al. (2023) mengidentifikasi bahwa literasi keuangan dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan orang tua, sementara Yushita (2021) menekankan manfaatnya dalam mendorong perencanaan keuangan dan menekan perilaku konsumtif. Indikator literasi keuangan dalam penelitian ini mencakup pengetahuan dasar keuangan, simpanan dan pinjaman, investasi, serta asuransi.

Paparan Media Sosial

Paparan media sosial merujuk pada intensitas individu menerima, mengakses, dan berinteraksi dengan konten pada platform digital (Putri et al., 2025). Deryansyah et al. (2022) menegaskan bahwa media sosial memiliki daya tarik tinggi karena kepraktisan dan keragaman fungsinya, termasuk sebagai sumber informasi investasi. Indikator paparan media sosial dalam penelitian ini meliputi frekuensi mengakses media sosial, keterlibatan terhadap konten influencer, ketertarikan pada tren yang viral, keputusan membeli setelah melihat konten, dan kepercayaan terhadap rekomendasi di platform digital (Putri et al., 2025).

Penelitian Terdahulu dan Kebaruan Penelitian

Ringkasan penelitian terdahulu yang relevan disajikan pada Tabel 1 berikut.

Peneliti (Tahun)	Variabel & Sampel	Temuan Utama	Posisi Penelitian Ini
Susilowati et al. (2026)	Media sosial, literasi keuangan, pengetahuan investasi →	Ketiga variabel berpengaruh signifikan secara parsial	Menambah 1 variabel bebas (pengetahuan

	keputusan investasi kripto; 149 responden Gen Z Jabodetabek	maupun simultan	investasi); populasi Jabodetabek
Wididiatmika et al. (2026)	Literasi keuangan, herding behavior, media exposure → keputusan investasi spekulatif kripto; 100 responden Kab. Badung	Ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan	3 variabel bebas; lokasi berbeda (Bali)
Rahmah et al. (2025)	Sosiodemografi, financial literacy → keputusan investasi; 152 responden	Literasi keuangan signifikan, sosiodemografi tidak signifikan secara parsial	Variabel bebas berbeda (sosiodemografi vs media sosial)
Alecia & Mn (2025)	Literasi keuangan, media sosial → keputusan investasi; 210 mahasiswa DKI Jakarta	Kedua variabel berpengaruh positif signifikan, parsial & simultan	Populasi kota besar; metode SEM-PLS
W & Wafiroh (2022)	Literasi keuangan, media sosial → keputusan investasi; 100 mahasiswa Kota Malang	Kedua variabel positif signifikan; simultan kategori moderat	Objek investasi umum (saham/edukasi), bukan kripto

Tabel 1. Perbandingan Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1 memperlihatkan bahwa mayoritas penelitian terdahulu menemukan hubungan positif antara literasi keuangan maupun media sosial dengan keputusan investasi (Susilowati et al., 2026; Wididiatmika et al., 2026; Alecia & Mn, 2025; W & Wafiroh, 2022). Namun demikian, penelitian tersebut umumnya dilakukan pada populasi kota besar (Jabodetabek, DKI Jakarta, Kabupaten Badung) dengan objek investasi yang lebih umum, serta belum banyak menyoroti kemungkinan arah pengaruh negatif dari paparan media sosial secara spesifik pada aset kripto. Perbedaan konteks lokasi, populasi mahasiswa di perguruan tinggi daerah, serta fokus khusus pada instrumen kripto yang volatil menjadi celah penelitian (research gap) yang diisi oleh penelitian ini.

Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu, disusun kerangka berpikir bahwa literasi keuangan (X1) dan paparan media sosial (X2) memengaruhi keputusan investasi (Y) Gen

Z pada aset kripto, baik secara parsial maupun simultan. Individu dengan literasi keuangan yang baik diduga lebih mampu menyaring informasi dan mempertimbangkan risiko sebelum berinvestasi, sementara intensitas paparan media sosial yang tinggi berpotensi memengaruhi rasionalitas keputusan investasi melalui mekanisme psikologis. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Gen Z dalam konteks aset kripto.

H2: Paparan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Gen Z dalam konteks aset kripto.

H3: Literasi keuangan dan paparan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Gen Z dalam konteks aset kripto.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menguji hubungan sebab-akibat antara literasi keuangan (X1) dan paparan media sosial (X2) terhadap keputusan investasi (Y). Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner berskala Likert 1–5 yang disebarakan secara daring melalui Google Form selama periode 30 Mei hingga 20 Juli 2026 kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, beralamat di Jl. Raya Serang–Jakarta KM 03 No. 1B, Panancangan, Kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten.

Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa aktif program sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis tahun akademik 2025/2026 sebanyak 2.058 mahasiswa. Sampel ditentukan melalui teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling berdasarkan kriteria: mahasiswa aktif Program Studi Manajemen, Akuntansi, Ekonomi, atau Bisnis Digital; berusia 18–28 tahun (Gen Z); memiliki pengalaman transaksi atau keputusan investasi kripto; serta memiliki akun media sosial aktif. Jumlah sampel dihitung menggunakan formula Hair et al. (2022), yaitu jumlah indikator dikalikan angka pengali 5 sampai 10. Dengan 12 indikator dan pengali 8, diperoleh sampel minimum sebanyak 96 responden. Instrumen penelitian terdiri atas

32 item pernyataan yang mencakup variabel literasi keuangan (indikator pengetahuan dasar keuangan, simpanan-pinjaman, investasi, dan asuransi), paparan media sosial (indikator frekuensi, keterlibatan konten influencer, ketertarikan tren, keputusan membeli, dan kepercayaan rekomendasi), serta keputusan investasi (indikator return, risk, dan time horizon).

Analisis data dilakukan bertahap menggunakan SPSS versi 26, meliputi: (1) uji validitas dengan korelasi Pearson product moment dan uji reliabilitas dengan koefisien Cronbach's Alpha. (2) uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas metode Glejser. (3) analisis regresi linear berganda. (4) analisis koefisien korelasi (R) dan koefisien determinasi (R^2). (5) pengujian hipotesis melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan) pada taraf signifikansi 5%.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik 96 responden penelitian disajikan pada Tabel 2.

Kategori	Kelompok	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	41	42,7%
	Perempuan	55	57,3%
Usia	< 20 tahun	3	3,1%
	21 tahun	11	6,3%
	22 tahun	24	25,0%
	23 tahun (dominan)	36	37,5%
	24 tahun	7	7,3%
	25 tahun	9	9,4%
Kelas	Reguler	35	36,5%
	Nonreguler	61	63,5%
Semester	Semester 2	11	11,5%

	Semester 4	24	25,0%
	Semester 6	20	20,8%
	Semester 8	41	42,7%
Program Studi	Manajemen	51	53,1%
	Akuntansi	27	28,1%
	Ekonomi	15	15,6%
	Bisnis Digital	3	3,1%
Pengalaman Investasi Kripto	< 2 bulan	37	38,5%
	3–7 bulan	10	10,4%
	8–12 bulan	42	43,7%
	> dari 12 bulan	7	7,3%

Sumber : data diolah, 2026

Tabel 2. Karakteristik Responden Penelitian (N = 96)

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh perempuan (57,3%) dan mahasiswa kelas nonreguler/karyawan (63,5%) yang secara umum telah memiliki penghasilan sendiri sehingga lebih terbuka terhadap instrumen investasi berisiko seperti kripto. Dari sisi usia, mayoritas responden berusia 23 tahun (37,5%) dan berada di semester 8 (42,7%), mencerminkan mahasiswa tingkat akhir yang telah menempuh mata kuliah keuangan dan investasi. Program Studi Manajemen mendominasi (53,1%), sejalan dengan relevansi materi perkuliahan terhadap topik penelitian. Temuan yang menarik, mayoritas responden (43,7%) baru berinvestasi kripto selama 8–12 bulan dan 38,5% kurang dari 2 bulan, menunjukkan bahwa sebagian besar investor Gen Z dalam sampel ini tergolong investor pemula dengan pengalaman di bawah satu tahun, kondisi yang berpotensi memperbesar peran literasi keuangan dan paparan informasi digital dalam membentuk keputusan investasi mereka.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pengujian validitas menggunakan korelasi *Pearson product moment* terhadap 32 item pernyataan dengan $N = 96$ ($r\text{-tabel} = 0,200$ pada $\alpha = 0,05$), sedangkan reliabilitas diukur dengan koefisien Cronbach's Alpha. Ringkasan hasil disajikan pada Tabel 3.

Variabel	Jumlah Item	Rentang r-hitung	r-tabel (n=96)	Validitas	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
Literasi Keuangan (X1)	11	0,728 – 0,840	0,200	Seluruh item valid	0,938	Reliabel
Paparan Media Sosial (X2)	11	0,475 – 0,655	0,200	Seluruh item valid	0,794	Reliabel
Keputusan Investasi (Y)	10	0,302 – 0,712	0,200	Seluruh item valid	0,799	Reliabel

Sumber : data diolah, 2026

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh item pada ketiga variabel dinyatakan valid karena nilai r-hitung secara konsisten melampaui r-tabel, dan seluruh variabel dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha berada jauh di atas ambang batas 0,60, dengan literasi keuangan menunjukkan konsistensi internal tertinggi (0,938). Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian layak digunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Jenis Pengujian	Statistik	kriteria	Keputusan
Normalitas	0,200	Kolmogorov Smirnov > 0,05	Berdistribusi normal
Multikolinearitas	0,578	Tolerance < 0,10	Bebas Multikolinearitas
	1,730	VIF < 10,00	
Heteroskedastisitas (Glejser)	0,196 dan 0,623	Sig > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : data diolah, 2026

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai residual menghasilkan signifikansi sebesar 0,200 (> 0,05), yang didukung pula oleh pola sebaran data pada histogram berbentuk lonceng dan grafik P-Plot yang mengikuti garis diagonal, sehingga data dinyatakan berdistribusi

normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,578 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 1,730 ($< 10,00$) untuk kedua variabel bebas, yang berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara literasi keuangan dan paparan media sosial. Adapun uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,196 untuk literasi keuangan dan 0,623 untuk paparan media sosial (keduanya $> 0,05$), sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya ketiga asumsi klasik tersebut, model regresi linear berganda pada penelitian ini layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut disajikan output hasil uji regresi linear berganda untuk memudahkan dalam menganalisis dan menjawab hipotesis penelitian, serta untuk memastikan keaslian data yang diperoleh. Hasil dari pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	9.050	4.618		1.960	.053
Literasi Keuangan	1.264	.156	.846	8.110	.000
Paparan Media Sosial	-.414	.086	-.502	-4.812	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber : data diolah, 2026

Tabel 5. Hasil Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh persamaan regresi: $Y = 9,050 + 1,264X_1 - 0,414X_2$. Nilai konstanta 9,050 menunjukkan bahwa apabila literasi keuangan dan paparan media sosial bernilai nol, keputusan investasi berada pada angka 9,050. Koefisien literasi keuangan sebesar 1,264 menunjukkan hubungan positif, yaitu setiap kenaikan satu satuan literasi keuangan akan meningkatkan keputusan investasi sebesar 1,264 satuan, sedangkan koefisien paparan media sosial sebesar -0,414 menunjukkan hubungan negatif, yaitu setiap kenaikan satu satuan paparan media sosial akan menurunkan keputusan investasi sebesar 0,414 satuan.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,645 berada pada interval 0,60–0,799, termasuk kategori hubungan “kuat” antara literasi keuangan dan paparan media sosial secara bersama-sama dengan keputusan investasi. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,416 menunjukkan bahwa 41,6% variasi keputusan investasi Gen Z pada aset kripto dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan paparan media sosial, sedangkan 58,4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara individu, serta uji F (simultan) untuk melihat pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap keputusan investasi. Ringkasan hasil kedua pengujian tersebut disajikan pada tabel 6.

Hipotesis	Variabel	t/F-hitung	t/F-tabel	Sig.	Keterangan
H1	Literasi keuangan terhadap keputusan investasi	8,110	1,985	0,000	Signifikan (H1 diterima)
H2	Paparan media sosial terhadap keputusan investasi	-4,812	-1,985	0,000	Signifikan (H2 diterima)
H3	Literasi keuangan, paparan media sosial terhadap Keputusan investasi	33,064	3,094	0,000	Signifikan (H3 diterima)

Sumber : data diolah, 2026

Tabel 6. Hasil Uji t, dan Uji F

Pembahasan mengenai pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Hasil uji parsial menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi kripto Gen Z ($t_{hitung} 8,110 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai $sig. = 0,000 < 0,05$), mengonfirmasi H1. Semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap konsep dasar keuangan, pengelolaan simpanan-pinjaman, prinsip investasi, dan proteksi risiko, semakin rasional keputusan investasi kripto yang diambil. Temuan ini konsisten dengan Wididiatmika et al. (2026) yang menemukan literasi keuangan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi spekulatif di pasar kripto, serta sejalan dengan Kumala dan Alhazami (2026) dan Hafzari (2025) yang menegaskan peran literasi keuangan sebagai determinan kualitas keputusan investasi. Nilai koefisien beta literasi keuangan (0,846) yang jauh lebih besar dibandingkan paparan media sosial (-0,502) mengindikasikan bahwa di antara kedua faktor yang diuji, literasi keuangan merupakan prediktor paling dominan dalam membentuk keputusan investasi kripto pada sampel penelitian ini.

b. Pengaruh Paparan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi

Hasil uji parsial paparan media sosial menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan investasi ($t_{hitung} -4,812 > t_{tabel} -1,985$ dan nilai $sig. = 0,000 < 0,05$), sehingga H2 diterima. Arah negatif ini menarik untuk didiskusikan karena berbeda dengan sebagian penelitian terdahulu yang menemukan hubungan positif antara paparan media sosial dan keputusan investasi, seperti Susilowati et al. (2026) pada investor kripto Jabodetabek, Wididiatmika et al. (2026) melalui variabel media exposure, Alecia dan Mn (2025) pada mahasiswa Jakarta, maupun W dan Wafiroh (2022) pada mahasiswa Kota Malang. Pada penelitian-penelitian tersebut, paparan media sosial umumnya diinterpretasikan sebagai sumber informasi yang mendorong minat investasi ke arah keputusan investasi yang lebih tinggi.

Namun, koefisien negatif dalam penelitian ini tidak berarti media sosial tidak berpengaruh, melainkan mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas paparan konten investasi kripto yang diterima mahasiswa, semakin rendah kualitas rasionalitas keputusan investasi yang diambil. Interpretasi ini konsisten dengan konsep information overload, yaitu kondisi ketika volume informasi yang diterima melampaui kapasitas pengolahan individu sehingga menurunkan kualitas keputusan (Azizul et al., 2025). Konten investasi kripto di media sosial cenderung menonjolkan testimoni keuntungan instan tanpa memadai menjelaskan risiko, sehingga mendorong bias FoMO dan herding behavior yang telah diidentifikasi sebagai determinan keputusan investasi tidak rasional (Buana & Amalia, 2026). Perbedaan arah pengaruh dibandingkan penelitian terdahulu

turut dapat dijelaskan oleh perbedaan instrumen investasi yang dikaji: penelitian ini berfokus khusus pada aset kripto yang volatilitasnya jauh lebih tinggi dibandingkan saham atau instrumen konvensional yang menjadi objek sebagian penelitian pembandingan, sehingga efek psikologis dari paparan informasi digital yang masif dapat termanifestasi secara lebih tajam dan berlawanan arah.

c. Pengaruh Simultan dan Kontribusi Model

Secara simultan, literasi keuangan dan paparan media sosial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi ($F_{hitung} 33,064 > F_{tabel} 3,094$ dan nilai $sig. = 0,000 < 0,05$), sehingga H_3 diterima. Kontribusi model sebesar 41,6% ini sejalan dengan temuan W dan Wafiroh (2022) yang mengklasifikasikan pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi pada kategori moderat, memperkuat argumen bahwa keputusan investasi kripto merupakan fenomena multifaktor yang tidak cukup dijelaskan oleh aspek kognitif dan paparan informasi semata. Sisa variasi sebesar 58,4% diduga dijelaskan oleh faktor lain seperti toleransi risiko dan overconfidence (Danurwenda & Suhartini, 2024), sosiodemografi (Rahmah et al., 2025), atau perilaku keuangan (Surahman et al., 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan tiga temuan utama. Pertama, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Gen Z dalam konteks aset kripto ($t = 8,110 > t_{tabel} 1,985$; $sig. = 0,000$), menjawab tujuan pertama penelitian. Kedua, paparan media sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan investasi ($t = -4,812$; $sig. = 0,000$), menjawab tujuan kedua, dan mengindikasikan bahwa intensitas paparan konten investasi kripto yang tinggi berpotensi menurunkan rasionalitas keputusan investasi apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Ketiga, literasi keuangan dan paparan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi ($F = 33,064$; $sig. = 0,000$) dengan kontribusi sebesar 41,6%, menjawab tujuan ketiga penelitian.

Secara praktis, temuan ini merekomendasikan agar mahasiswa memanfaatkan media sosial secara selektif sebagai sarana edukasi, bukan sekadar hiburan atau sumber tren investasi instan. Perguruan tinggi disarankan menyelenggarakan program literasi keuangan digital yang terintegrasi dengan platform yang digemari mahasiswa, sementara penyedia layanan investasi digital perlu mempertimbangkan pentingnya edukasi risiko dalam strategi komunikasi kontennya. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan populasi lintas kampus atau wilayah serta menambahkan variabel psikologis seperti toleransi risiko, overconfidence, atau herding behavior untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai determinan keputusan investasi kripto generasi muda.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, model hanya melibatkan dua variabel independen sehingga 58,4% variasi keputusan investasi belum menjelaskan, membuka ruang bagi penelitian lanjutan untuk memasukkan faktor psikologis, toleransi risiko, atau gaya hidup. Kedua, sampel terbatas pada 96 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, sehingga generalisasi hasil ke populasi Gen Z yang lebih luas perlu dilakukan secara hati-hati. Ketiga, pengumpulan data yang berlangsung relatif singkat (dua bulan) belum menangkap dinamika keputusan investasi maupun tren media sosial yang berubah cepat dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alecia, B., & Mn, N. (2025). Literasi keuangan dan sosial media terhadap keputusan investasi mahasiswa. *Business Management Journal*, 21(1), 99–109. <https://doi.org/10.30813/bmj.v21i1.7234>
- Azizul, et al. (2025). Analisis faktor minat mahasiswa generasi Z Kepulauan Bangka Belitung dalam melakukan investasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(3), 282–294.
- Buana, D. T., & Amalia, N. (2026). Pengaruh persepsi risiko, perilaku keuangan, dan pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi pada generasi Z di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 1075–1090.
- Coinvestasi. (2025, Juli 15). Investor kripto Indonesia didominasi Gen Z. <https://share.google/PinScD6roJA1l3JMq>
- Danurwenda, R., & Suhartini, D. (2024). Pengambilan keputusan investasi cryptocurrency pada generasi Z. *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis*, 8(2), 573–583. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.1792>

- Della, M. F. (2025). Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi pada mahasiswa FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. *Jurnal Revenue*, 5(2), 2481–2489.
- Deryansyah, A. D., Susanto, R. D., & Rachmadiani, R. (2022). Media sosial dan digitalisasi di masa normal baru. *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 16–25.
- Emilda, S. (2026). Analisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan siswa: Studi literatur. *Journal of Educational and Religious Perspectives*, 2(3), 142–150.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafzari, M. M. (2025). Peran literasi keuangan dan pendapatan dalam mempengaruhi keputusan investasi. *Jebita*, 2(4), 90–97.
- Hair, J. F., et al. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). SAGE Publications.
- Idris, A., et al. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan generasi Z. *Jurnal Cendekia Keuangan*, 2(2), 82–93.
- Khorida, A. R. E., & Sulhendri, S. (2025). Apakah modal minimum dan media sosial berperan dalam keputusan investasi generasi Z Kota Tangerang. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(3), 1603–1612.
- Kumala, A. T., & Alhazami, L. (2026). Pengaruh digital finance dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi ramah lingkungan. *Jurnal Bisnis Digital dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 1–13.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025a). Statistik penyelenggaraan perdagangan aset keuangan digital termasuk aset kripto. <https://share.google/vHm8TPfgOuNoEixkC>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025b). Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan tahun 2025. <https://share.google/RLO9fKYxoW7UgphuV>
- Priyatno, D. (2017). Panduan praktis olah data menggunakan SPSS. Andi Publisher.
- Putri, D., Pramudho, K., et al. (2025). Metodologi penelitian karya ilmiah. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rahmah, E., Atmojo, K., & Naser, H. (2025). Pengaruh sosiodemografi dan financial literacy terhadap keputusan investasi generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Sumberdaya*, 4(3), 77–82.
- Rahman, F., et al. (2025). Digital dalam keputusan berinvestasi saham online. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2, 161–172.
- Sugiono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Surahman, D., et al. (2023). Literasi keuangan dan uang saku sebagai keputusan berinvestasi: Perilaku keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 13(1). <https://doi.org/10.37859/jae.v13i1.4783>
- Susilowati, R., Bangun, A. A., & Akbar, R. F. (2026). Pengaruh media sosial, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset cryptocurrency oleh generasi Z di Jabodetabek. *JEKMA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(2), 31–39. <https://doi.org/10.56127/jekma.v5i2.2724>

- W, M. P., & Wafiroh, N. L. (2022). Analisis pengaruh literasi keuangan dan sosial media edukasi saham terhadap keputusan investasi (studi kasus pada mahasiswa Kota Malang). *JSEH: Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 8, 200–206.
- Wididiatmika, I. K., et al. (2026). Pengaruh literasi keuangan, herding behavior, dan media exposure terhadap keputusan investasi spekulatif pada instrumen derivatif cryptocurrency. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 16(1), 75–86.
<https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7587>
- Yushita, A. N. (2021). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Jurnal Nominal*, 6.