

**PENGARUH INFORMASI INVESTASI ONLINE DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN INVESTASI PADA INSTRUMEN REKSADANA GEN Z MAHASISWA
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

Fransiska Tumanggor¹, Tesalonika², Najwa Hayati³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya

Email Korespondensi: fransiskatmg24@gmail.com

Email: gathaana3@gmail.com; najwahayati0@gmail.com

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has increased Generation Z's access to investment information through online platforms and social media. However, easy access to information does not necessarily lead to appropriate investment decisions without adequate financial literacy. This study aims to analyze the influence of online investment information and social media on mutual fund investment decisions among Generation Z students at Universitas Palangka Raya, with financial literacy serving as a mediating variable. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that online investment information and social media do not directly influence investment decisions. However, both online investment information and social media have a positive and significant effect on financial literacy. Furthermore, financial literacy has a positive and significant effect on investment decisions. The indirect effect analysis reveals that financial literacy successfully mediates the relationship between online investment information, social media, and investment decisions. These findings demonstrate that financial literacy plays a crucial role in helping students process and evaluate investment information obtained from digital media before making investment decisions. Therefore, improving financial literacy is essential to encourage more rational and well-informed investment decision-making among Generation Z investors.

Keywords: Financial Literacy, Investment Decision, Online Investment Information, Social Media.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah meningkatkan akses Generasi Z terhadap informasi investasi melalui platform online dan media sosial. Namun, kemudahan akses informasi tersebut belum tentu menghasilkan keputusan investasi yang tepat tanpa didukung oleh tingkat literasi keuangan yang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh informasi investasi online dan media sosial terhadap keputusan investasi pada instrumen reksadana mahasiswa Generasi Z Universitas Palangka Raya dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi investasi online dan media sosial tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan investasi. Namun, informasi investasi online dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan. Selanjutnya, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil pengujian efek tidak langsung menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu memediasi pengaruh informasi investasi online dan media sosial terhadap keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam membantu mahasiswa mengolah dan mengevaluasi informasi investasi yang diperoleh dari media digital sebelum mengambil keputusan investasi. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi faktor yang penting dalam mendorong pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional dan terarah pada Generasi Z.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, Informasi Investasi Online, Media Sosial.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

486

Indexed



SINTA 4

PKP|INDEX



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku investasi Generasi Z, khususnya mahasiswa yang merupakan kelompok pengguna internet dan media sosial paling aktif. Kemudahan akses terhadap berbagai platform digital memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi investasi dengan cepat melalui situs keuangan, aplikasi investasi, media sosial, forum diskusi, podcast, maupun konten edukasi yang disajikan oleh para influencer keuangan. Berbagai informasi tersebut memberikan peluang bagi mahasiswa untuk mengenal instrumen investasi, memahami risiko dan keuntungan, serta mengikuti perkembangan pasar keuangan secara real time. Kondisi ini menunjukkan bahwa internet dan media sosial telah menjadi sumber informasi utama yang memengaruhi cara Generasi Z membangun pengetahuan dan mengambil keputusan investasi.

Meskipun demikian, melimpahnya informasi yang tersedia di ruang digital tidak selalu menjamin kualitas keputusan investasi yang dihasilkan. Informasi yang beredar di internet dan media sosial sering kali memiliki tingkat akurasi dan kredibilitas yang beragam, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahan persepsi maupun keputusan investasi yang tidak rasional. Dalam situasi ini, literasi keuangan menjadi faktor penting yang memungkinkan individu memahami, mengolah, dan mengevaluasi informasi investasi secara kritis sebelum mengambil keputusan. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman mengenai konsep dasar keuangan, tetapi juga kemampuan dalam mengelola risiko, merencanakan investasi, serta memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan dan kondisi keuangan individu.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa informasi investasi yang diperoleh melalui platform online dan media sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi investor muda. Penelitian Ramadhani, Rachmawati Annisaa, dan Fitriaty (2022) menemukan bahwa kemudahan akses informasi investasi melalui media digital dapat meningkatkan minat dan partisipasi individu dalam aktivitas investasi. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Winda Amalia Sari dan Takarini (2025) yang menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai sarana penyebaran informasi keuangan yang mampu memengaruhi perilaku investasi generasi muda. Di sisi lain, penelitian Kusumahadi dan Utami (2022) membuktikan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi berkontribusi terhadap kualitas pengambilan keputusan investasi yang lebih baik karena individu mampu melakukan analisis dan pertimbangan yang lebih rasional sebelum berinvestasi.

Meskipun hubungan antara informasi investasi online, media sosial, literasi keuangan, dan keputusan investasi telah banyak diteliti, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus menguji peran literasi keuangan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut, terutama pada kelompok mahasiswa Generasi Z. Padahal, karakteristik Generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi digital menjadikan mereka lebih rentan terhadap berbagai informasi investasi yang belum tentu valid. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan mekanisme bagaimana informasi investasi yang diperoleh melalui internet dan media sosial dapat memengaruhi keputusan investasi melalui peningkatan literasi keuangan.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, studi ini menawarkan kebaruan dengan menempatkan literasi keuangan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh informasi investasi online dan media sosial terhadap keputusan investasi reksadana. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh langsung kedua variabel informasi tersebut terhadap keputusan investasi, tetapi juga mengkaji bagaimana literasi keuangan berperan dalam memperkuat atau menjelaskan hubungan yang terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh informasi investasi online dan media sosial terhadap keputusan investasi reksadana mahasiswa Generasi Z di Universitas Palangka Raya melalui literasi keuangan sebagai variabel mediasi, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam pengembangan literasi keuangan dan perilaku investasi generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Objek penelitian adalah mahasiswa Generasi Z Universitas Palangka Raya. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang

mengukur variabel Informasi Investasi Online (X1), Media Sosial (X2), Literasi Keuangan (M), dan Keputusan Investasi (Y). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Analisis dilakukan melalui pengujian model pengukuran (outer model) untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator, serta pengujian model struktural (inner model) untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel. Literasi keuangan diuji sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara informasi investasi online dan media sosial terhadap keputusan investasi.

PEMBAHASAN

Universitas Palangka Raya dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan perguruan tinggi negeri terbesar di Provinsi Kalimantan Tengah dengan jumlah mahasiswa yang relatif besar dan berasal dari berbagai latar belakang akademik. Keberagaman mahasiswa dari berbagai fakultas diharapkan mampu memberikan gambaran yang representatif mengenai perilaku investasi, pemanfaatan informasi investasi online, penggunaan media sosial, serta tingkat literasi keuangan mahasiswa Generasi Z. Adapun distribusi jumlah mahasiswa aktif berdasarkan fakultas di Universitas Palangka Raya disajikan pada Tabel 1 berikut. Selanjutnya, Tabel 1 menunjukkan komposisi populasi mahasiswa aktif Universitas Palangka Raya yang tersebar pada delapan fakultas dengan total jumlah mahasiswa sebanyak 19.876 orang. Data ini menjadi dasar dalam penentuan sampel penelitian sehingga hasil yang diperoleh diharapkan dapat menggambarkan kondisi populasi secara lebih akurat dan representatif.

Tabel 1: Komposisi Populasi Mahasiswa Universitas Palangka Raya

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	FKIP (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan)	6.004
2	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	3.978
3	Fakultas Teknik	2.279
4	Fakultas Pertanian	2.951
5	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	2.192
6	Fakultas Hukum	1.427
7	Fakultas Kedokteran	703
8	FMIPA	336
Total Mahasiswa Universitas Palangka Raya		19.876

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Palangka Raya pada tahun akademik 2023. Universitas Palangka Raya merupakan perguruan tinggi negeri terbesar di Provinsi Kalimantan Tengah dengan jumlah mahasiswa yang terus bertambah setiap tahun.

Tabel 2: Karakteristik Responden

Kategori	Subkategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	61	48,8 %
Jenis kelamin	Laki-laki	64	51,2 %
Usia	18 tahun	1	0,8%
Usia	19 tahun	10	8%
Usia	20 tahun	53	42,4%
Usia	21 tahun	7	5,6%
Usia	22 tahun	10	8%
Usia	23 tahun	3	2,4%
Usia	24 tahun	2	1,6%
Fakultas	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	54	43,2%

Fakultas	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	17	13,6%
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	10	8%
Fakultas	Fakultas Pertanian	8	6,4%
Fakultas	Fakultas Hukum	9	7,2%
Fakultas	Fakultas Kedokteran	9	7,2%
Fakultas	Fakultas Teknik	9	7,2%
Fakultas	Fakultas MIPA	9	7,2%

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 125 mahasiswa Universitas Palangka Raya yang telah memenuhi kriteria penelitian. Karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan fakultas untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang terlibat dalam penelitian. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh mahasiswa berjenis kelamin laki-laki sebanyak 64 orang (51,2%), sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 61 orang (48,8%). Data tersebut menunjukkan bahwa komposisi responden berdasarkan jenis kelamin relatif seimbang, meskipun jumlah responden laki-laki sedikit lebih banyak dibandingkan responden perempuan. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat terhadap investasi reksadana tidak hanya dimiliki oleh satu kelompok gender tertentu, melainkan tersebar secara merata di kalangan mahasiswa.

Tabel 3: Ringkasan Evaluasi Model Pengukuran

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Informasi Investasi Online	0,604	0,614	0,834	0,715
Keputusan Investasi	0,822	0,824	0,882	0,652
Literasi Keuangan	0,768	0,781	0,886	0,683
Media Sosial	0,645	0,646	0,849	0,738

Berdasarkan hasil pengujian construct reliability and validity menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen yang ditetapkan dalam analisis SEM-PLS. Pengujian reliabilitas dapat dilihat dari nilai Composite Reliability yang seluruhnya berada di atas 0,70. Variabel Informasi Investasi Online memiliki nilai Composite Reliability sebesar 0,834, Keputusan Investasi sebesar 0,882, Literasi Keuangan sebesar 0,886, dan Media Sosial sebesar 0,849. Nilai tersebut menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang baik sehingga mampu mengukur variabel yang diteliti secara reliabel. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel juga menunjukkan hasil yang dapat diterima. Variabel Informasi Investasi Online memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,604, Keputusan Investasi sebesar 0,822, Literasi Keuangan sebesar 0,768, dan Media Sosial sebesar 0,645. Menurut Hair et al. (2021), nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 masih dapat diterima dalam penelitian eksploratif, sehingga seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan memiliki reliabilitas yang memadai.

Validitas konvergen dapat dilihat melalui nilai Average Variance Extracted (AVE). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50, yaitu Informasi Investasi Online sebesar 0,715, Keputusan Investasi sebesar 0,652, Literasi Keuangan sebesar 0,683, dan Media Sosial sebesar 0,738. Nilai tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang diukur, sehingga seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Informasi Investasi Online, Media Sosial, Literasi Keuangan, dan Keputusan Investasi telah memenuhi persyaratan reliabilitas dan validitas konvergen. Oleh karena itu, model pengukuran (outer model) dalam penelitian ini dinyatakan layak dan dapat dilanjutkan pada tahap pengujian

model struktural (inner model).

Tabel 4: Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan Antar Variabel	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Keterangan
Informasi Investasi Online → Keputusan Investasi	0,042	0,560	0,575	Tidak Signifikan
Informasi Investasi Online → Literasi Keuangan	0,451	5,073	0,000	Signifikan
Literasi Keuangan → Keputusan Investasi	0,709	12,099	0,000	Signifikan
Media Sosial → Keputusan Investasi	0,064	0,968	0,333	Tidak Signifikan
Media Sosial → Literasi Keuangan	0,225	2,558	0,011	Signifikan
Informasi Investasi Online → Literasi Keuangan → Keputusan Investasi	0,320	4,623	0,000	Signifikan
Media Sosial → Literasi Keuangan → Keputusan Investasi	0,160	2,456	0,014	Signifikan

Berdasarkan Tabel 4, hasil pengujian path coefficients menunjukkan bahwa variabel Informasi Investasi Online tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi dengan nilai p-value sebesar 0,575 ($> 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa informasi investasi yang diperoleh mahasiswa melalui media online belum mampu secara langsung memengaruhi keputusan investasi yang dilakukan. Selanjutnya, Informasi Investasi Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan dengan nilai koefisien sebesar 0,451 dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin banyak dan semakin baik informasi investasi yang diperoleh mahasiswa melalui media online, maka tingkat literasi keuangan mahasiswa juga akan meningkat.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi dengan nilai koefisien sebesar 0,709 dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai koefisien ini merupakan yang terbesar dibandingkan hubungan lainnya, sehingga menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang paling kuat dalam memengaruhi keputusan investasi mahasiswa. Pada variabel Media Sosial terhadap Keputusan Investasi, diperoleh nilai p-value sebesar 0,333 ($> 0,05$) sehingga pengaruhnya tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial belum mampu secara langsung mendorong mahasiswa untuk mengambil keputusan investasi.

Sebaliknya, Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan dengan nilai koefisien sebesar 0,225 dan p-value sebesar 0,011 ($< 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa media sosial dapat menjadi sarana edukasi dan penyebaran informasi keuangan yang membantu meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai investasi. Hasil ini juga menunjukkan bahwa Literasi Keuangan secara signifikan memediasi pengaruh antara Informasi Investasi Online terhadap Keputusan Investasi. Nilai koefisien yang positif (0,320) menandakan bahwa semakin baik atau valid informasi investasi online yang diterima, maka akan meningkatkan literasi keuangan seseorang, yang pada akhirnya berdampak positif pada ketepatan pengambilan keputusan investasi.

Hasil ini membuktikan bahwa Literasi Keuangan secara signifikan memediasi pengaruh antara Media Sosial terhadap Keputusan Investasi. Meskipun nilai pengaruhnya (0,160) lebih kecil dibanding jalur informasi online, efek mediasinya tetap terbukti nyata. Hal ini berarti paparan informasi dari media sosial yang diserap dengan literasi keuangan yang baik akan mampu mengarahkan individu untuk membuat keputusan investasi yang lebih bijak. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berperan penting sebagai faktor yang menjembatani pengaruh Informasi Investasi Online dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi mahasiswa Generasi Z Universitas Palangka Raya. Informasi yang diperoleh melalui media digital akan lebih efektif memengaruhi keputusan investasi apabila terlebih

dahulu meningkatkan tingkat literasi keuangan mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS), penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi Investasi Online dan Media Sosial tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Keputusan Investasi reksadana mahasiswa Generasi Z Universitas Palangka Raya. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses informasi investasi melalui internet dan media sosial belum tentu secara langsung mendorong mahasiswa untuk mengambil keputusan investasi yang lebih baik. Meskipun mahasiswa memperoleh berbagai informasi terkait investasi dari platform digital, informasi tersebut belum tentu dapat diolah dan dimanfaatkan secara optimal tanpa adanya pemahaman keuangan yang memadai.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Informasi Investasi Online dan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan. Artinya, semakin sering mahasiswa mengakses informasi investasi melalui internet dan media sosial, semakin tinggi tingkat pengetahuan dan pemahaman mereka mengenai konsep keuangan dan investasi. Selanjutnya, Literasi Keuangan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi, sehingga mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih baik cenderung mampu mengambil keputusan investasi yang lebih rasional, terencana, dan sesuai dengan tujuan keuangannya.

Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa Literasi Keuangan berperan sebagai variabel mediasi sempurna (full mediation) dalam hubungan antara Informasi Investasi Online dan Media Sosial dengan Keputusan Investasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh informasi yang diperoleh dari internet dan media sosial terhadap keputusan investasi tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui peningkatan literasi keuangan terlebih dahulu. Dengan kata lain, informasi investasi yang tersedia di ruang digital baru akan memberikan dampak terhadap keputusan investasi apabila informasi tersebut mampu meningkatkan pemahaman dan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan serta mengevaluasi berbagai alternatif investasi. Temuan ini menegaskan bahwa Literasi Keuangan merupakan faktor yang paling dominan dalam menentukan kualitas keputusan investasi reksadana mahasiswa Generasi Z. Oleh karena itu, upaya peningkatan partisipasi investasi di kalangan mahasiswa tidak cukup hanya dengan memperluas akses informasi investasi melalui media digital, tetapi juga harus disertai dengan program edukasi dan peningkatan literasi keuangan. Semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, semakin besar kemampuan mereka dalam memanfaatkan informasi investasi secara efektif dan mengambil keputusan investasi yang tepat untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

REFERENSI

- Akerlof, G. A. (1970). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 488–500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Alecia, B., & Nuryasman, M. (2025). LITERASI KEUANGAN DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA Financial Literacy and Social Media on Student Investment Decisions. *Business Management Journal*, 21(1), 99–109. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-management/article/view/7234>
- Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1968). Human memory: A proposed system and its control processes. In K. Spence & J. Spence (Eds.), *The psychology of learning and motivation*. Academic Press., 2, 89–195.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah. (2023). Provinsi Kalimantan Tengah Dalam Angka 2023. <https://kalteng.bps.go.id>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Barberis, N., & Richard Thaler. (2003). Chapter 18 A survey of behavioral finance. *Buku Pegangan Ekonomi Keuangan*, 1, 1053–1128. [https://doi.org/10.1016/S1574-0102\(03\)01027-6](https://doi.org/10.1016/S1574-0102(03)01027-6)
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

491

Indexed



- research. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2018). *Investments* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Burton G. Malkiel. (2019). *A Random Walk Down Wall Street* (Ke-12 (2023), Ed.; Keuangan,). W. W. Norton & Company.
- Castells, M. (2012). *The rise of the network society*. Wiley-Blackwell.
- Daniel Kahneman and Amos Tversky. (1979). *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*. *Journal Article*, 47.
- Eugene F. Fama. (1970). *Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work*. *The Journal of Finance*, 25, 383–417. <https://doi.org/10.2307/2325486>
- Evelyna Charisia Dariantol, G. A. P. E. D. P. (2025). THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, RISK PERCEPTION, AND HERDING ON STUDENT INVESTMENT DECISIONS. *International Journal of Economic Literature(INJOLE)*, 2. <https://sociohum.net/index.php/INJOLE/article/view/183>
- Faugere, C. (2024). Velocity of Money and Productivity Growth: Explaining the 2% Inflation Target in the U.S. (1959–2007) †. *International Journal of Financial Studies*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/ijfs12010015>
- Fred D. Davis. (1989). Kegunaan yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan, dan Penerimaan Pengguna terhadap Teknologi Informasi. *Artikel Teori Dan Ulasan*, 13. <https://doi.org/10.2307/249008>
- G. P., P., & Dsa, K. T. (2025). A Literature Review on the Impact of Social Media and News on Investment Decisions. *International Journal of Case Studies in Business, IT, and Education*, 9(1), 104–118. <https://doi.org/10.47992/ijcsbe.2581.6942.0374>
- Haider, A. (2024). *Dialogue Social Science Review (DSSR) Dialogue Social Science Review (DSSR). Dialogue Social Science Review (DSSR)*, 2(5), 453–471.
- Hasanudin, H. (2023). the Role of Social Media in Influencing Investment Decisions in the Millennial Generation. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 3(01), 124–130. <https://doi.org/10.58471/jms.v3i01.1967>
- Icek Ajzen. (1991). Perilaku Organisasi dan Proses Pengambilan Keputusan Manusia. 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Itzhak Vici, & Nuryasman MN. (2022). Investment Readability Through The Digital Platform. *Jurnal Ekonomi*, 27(2), 191–209. <https://doi.org/10.24912/je.v27i2.1058>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Pengguna di seluruh dunia, bersatulah! Tantangan dan peluang Media Sosial. 53, 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2024). *Statistik Investor Pasar Modal Indonesia*. <https://www.ksei.co.id>
- Kusumahadi, T. A., & Utami, N. (2022). Teknologi Finansial, Literasi Keuangan, dan Keputusan Investasi Produk Reksa Dana di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(2), 177–186. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i2.4631>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2024). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Maarten van Rooij, Annamaria Lusardi, R. A. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101, 449–472. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.006>
- Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *Journal Article*, 7, 77–91. <https://doi.org/10.2307/2975974>
- OECD. (2016). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*. Paris. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/finance/oecd-infe-survey-adult-financial-literacy-competencies.htm>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan Perkembangan Investor Pasar Modal Indonesia*. <https://www.ojk.go.id>
- Prensky, M. (2001). Generasi Digital Asli, Imigran Digital Bagian 1. *Jurnal Internasional Masa Depan Pembelajaran*, 9. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Rachmawati Annisaa Ramadhani1)*, Fitriaty2), T. A. L. (2022). Pengaruh Teknologi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal. *JurnalDinamikaManajemen*, 10, 2355–8148. <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/19765>
- Ramadhani, R. A., Fitriaty, & Lubis, T. A. (2022). 19765-Article Text-71735-1-10-20230510. *Jurnal Dinamika Manajemen Vol.10. No.4, Vol.10. No(4), 176–182.* <https://online->

journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/19765

- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research*, 587–632. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Statman, M. (2019). Behavioral finance: The second generation. *Journal of Behavioral Finance*, 20. 221–228. <https://doi.org/10.1080/15427560.2019.1628091>
- Sun, Y., & Zhang, Y. (2024). Social media influences on investment intentions among young investors. *International Journal of Financial Studies*, 12, 15–29.
- Susilo, B. W., Cuaca, B., Susanto, E., Khaq, Z. D., Aninditiah, G., Kusumaningrum, A. M., Prasetyo, R. E., & F. (2026). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap keputusan investasi reksadana pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*, 325–332.
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar modal: Manajemen portofolio dan investasi*. Kanisius.
- Thomas E. Ruggiero. (2009). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Original Articles*, 3, 3–37.
- Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1944). *Theory of games and economic behavior*. Princeton University Press.
- William H. DeLone & Ephraim R. McLean. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- William H. DeLone & Ephraim R. McLean. (2014). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19, 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Winda Amalia Sari, & Takarini, N. (2025). Analysis Of The Influence Of Social Media Influencers, Herding Bias, Information Quality On Student Investment Decisions UPN ‘Veteran’ East Java Mediated By Fear Of Missing Out (FOMO). *Jhss (Journal of Humanities and Social Studies)*, 9(2), 216–221. <https://doi.org/10.33751/jhss.v9i2.86>