

## **Pengaruh *Fintech payment* dan Platform Media Sosial Terhadap Minat Investasi Saham Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderasi**

Ramadhan Hadisaputro<sup>1</sup>, dan Fatimah<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Jurusan Akuntansi, Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16425, Indonesia

<sup>2</sup> Jurusan Akuntansi, Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16425, Indonesia

<sup>1</sup>E-mail: ramadhan.hadisaputro.ak21@mhswn.pnj.ac.id

<sup>2</sup>E-mail: fatimah@akuntansi.pnj.ac.id

### **Abstrak**

Ketertarikan Generasi Z terhadap investasi saham menunjukkan pertumbuhan yang pesat, didorong oleh kemajuan teknologi finansial serta meluasnya peran media sosial sebagai kanal informasi keuangan. Meski demikian, perkembangan ini juga menghadirkan tantangan berupa risiko tinggi terhadap penyebaran informasi yang belum terverifikasi, yang dapat berdampak pada ketepatan dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fintech Payment* dan Platform Media Sosial terhadap minat investasi saham Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta, serta menguji peran perilaku keuangan sebagai variabel moderasi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring yang disusun dalam skala *Likert*. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan dukungan perangkat lunak SmartPLS. Hasil analisis mengungkapkan bahwa variabel platform media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi saham pada Generasi Z. Sebaliknya, *fintech payment* tidak menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap variabel tersebut. Selain itu, perilaku keuangan tidak terbukti efektif dalam memperkuat hubungan antara *fintech payment* maupun media sosial terhadap minat investasi saham. Temuan ini menegaskan pentingnya peran media sosial dalam membentuk ketertarikan berinvestasi di era digital, meskipun pengaruh perilaku keuangan sebagai faktor pemoderasi dari aspek teknologi belum terlihat optimal dalam konteks ini.

*Kata Kunci: Fintech Payment, Media Sosial, Minat Investasi, Perilaku Keuangan, Generasi Z*

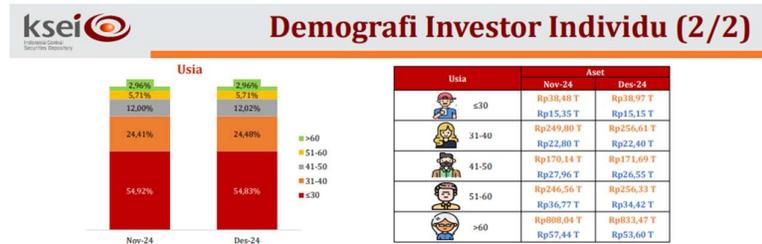
### **Abstract**

*The growing interest of Generation Z in stock investment has shown rapid development, driven by the advancement of financial technology and the expanding role of social media as a key source of financial information. However, this trend also brings challenges, particularly the high risk of exposure to unverified information, which can affect the accuracy of investment decision-making. Therefore, this study aims to analyze the influence of Fintech Payment and Social Media Platforms on the stock investment interest of Generation Z in the Province of DKI Jakarta, and to examine the role of financial behavior as a moderating variable. The research applies a quantitative approach using an associative method. Data were collected through an online questionnaire structured using a Likert scale. Data analysis was carried out using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The analysis results indicate that the social media platform variable has a significant influence on Generation Z's interest in stock investment. In contrast, fintech payment does not show a meaningful effect on investment interest. Furthermore, financial behavior was not found to be effective in strengthening the relationship between either fintech payment or social media and investment interest. These findings highlight the vital role of social media in shaping investment interest in the digital era, although financial behavior as a moderating factor for technological influences has not yet demonstrated a strong effect in this context.*

*Keywords: Fintech Payment, Social Media, Investment Interest, Financial Behavior, Generation Z*

## 1. Pendahuluan

Pasar modal memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sebagai salah satu pilar utama dalam sistem keuangan, pasar modal memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan guna mengembangkan bisnisnya, sekaligus memberikan peluang bagi investor untuk memperoleh keuntungan. Investasi di pasar modal saat ini semakin diminati dan menjadi tren di kalangan masyarakat karena menawarkan peluang keuntungan jangka panjang. Dengan berbagai instrumen investasi yang tersedia, pasar modal memberikan kesempatan bagi individu untuk mengembangkan kekayaan mereka melalui strategi investasi yang tepat. Dalam era digital saat ini, tren investasi semakin diminati oleh masyarakat, khususnya Generasi Z yang mendominasi profil investor di Indonesia. Berdasarkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), investor berusia  $\leq 30$  tahun mencakup lebih dari 54% dari total investor pada tahun 2024, menunjukkan keterlibatan aktif generasi muda dalam pasar modal.



**Gambar 1** Pertumbuhan Investor Pasar Modal Tahun 2024 Berdasarkan Usia  
Sumber: KSEI, 2024

Transformasi digital turut melahirkan inovasi dalam bentuk *financial technology* (fintech) dan media sosial, yang telah mengubah cara masyarakat mengakses dan memproses informasi keuangan. Media sosial yang awalnya hanya berfungsi sebagai sarana interaksi sosial, kini berkembang menjadi platform penting untuk menyebarkan berbagai informasi, termasuk terkait investasi. Kemudahan akses yang ditawarkan oleh berbagai aplikasi investasi sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung menyukai hal-hal yang praktis dan mudah dipahami. Selain itu, kehadiran akun media sosial yang berfokus pada edukasi investasi juga berperan besar dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat, terutama di kalangan Generasi Z, terhadap dunia investasi. Studi oleh Putri Susanto et al., (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital dan kemajuan teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Indonesia, dengan media sosial memainkan peran penting sebagai sumber informasi utama. Selain itu, penelitian oleh Daqar et al., (2020) juga menegaskan bahwa tingginya adopsi fintech dan penggunaan aktif media sosial di kalangan Generasi Z memperkuat ketertarikan mereka terhadap aktivitas pasar modal. Kemudahan akses melalui aplikasi investasi dan maraknya akun edukasi keuangan di media sosial turut memperkuat tren ini, menjadikan platform digital sebagai pendorong utama transformasi perilaku investasi generasi muda.



**Gambar 1** Persentase Penggunaan *Fintech Payment*  
Sumber: Jakpat, 2025

*Fintech payment* hadir sebagai solusi efisien dalam transaksi keuangan dan investasi. Laporan Jakpat (2025) mencatat bahwa 94% Gen Z di Indonesia telah menggunakan e-wallet dalam kegiatan finansial sehari-hari, sementara DataIndonesia.id (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 81% masyarakat telah memahami dan menggunakan layanan fintech. Selain menyediakan akses transaksi yang cepat dan efisien, fintech juga memperkuat literasi keuangan melalui fitur edukatif dan analitik yang mudah diakses (Rais et al., 2023). Di sisi lain, media sosial telah berevolusi menjadi medium utama penyebaran informasi investasi. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi keuangan yang mampu mempengaruhi preferensi dan keputusan investasi generasi muda (Sani & Paramita, 2024). Namun demikian, kemudahan akses informasi melalui fintech dan media sosial tidak lepas dari tantangan. Otoritas Jasa Keuangan mencatat bahwa lebih dari 1.700 entitas investasi ilegal telah diblokir pada tahun 2023, menunjukkan tingginya potensi risiko yang dihadapi masyarakat akibat kurangnya verifikasi informasi (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Generasi Z menjadi kelompok paling rentan karena kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan secara cepat, sering kali hanya berdasarkan konten media sosial tanpa melakukan riset mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh *fintech payment* dan media sosial terhadap minat investasi saham Generasi Z di DKI Jakarta, serta menguji peran perilaku keuangan sebagai variabel moderasi. Studi ini menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Icek Ajzen untuk menjelaskan keterkaitan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku dalam membentuk niat berinvestasi (Ajzen, 2020). Dengan menganalisis interaksi antara faktor teknologi dan perilaku keuangan, Penelitian ini ditujukan untuk memperkaya landasan teoritis yang mendukung pengembangan investasi digital serta memberikan panduan praktis bagi investor muda dan pemangku kepentingan. Secara teoritis, hasil studi ini diharapkan dapat menambah wawasan terhadap akademik terkait pengaruh fintech dan media sosial dalam keputusan investasi. Praktisnya, temuan ini berguna bagi investor muda sebagai panduan dalam merumuskan strategi keuangan yang cerdas serta sebagai referensi bagi pembuat kebijakan dalam merancang edukasi literasi keuangan digital yang efektif (Utami et al., 2025). Selain itu, bagi peneliti, studi ini menjadi sarana pengaplikasian teori ekonomi dan manajemen keuangan dalam konteks nyata, khususnya pada perilaku investasi Generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menganalisis hubungan antara variabel *fintech payment* dan platform media sosial terhadap minat investasi saham, serta peran moderasi dari perilaku keuangan. Fokus penelitian adalah Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta, dengan rentang usia 20–27 tahun pada tahun 2025. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, seperti penggunaan aktif *fintech* dan media sosial, serta ketertarikan atau pengalaman berinvestasi saham.

$$n = \frac{2.461.809}{1 + 2.461.809 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{2.461.809}{24619,09}$$
$$n = 99,996$$

**Gambar 2 Perhitungan Rumus Slovin**  
**Sumber: Data Diolah, 2025**

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh total 100 responden sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring, yang dirancang menggunakan skala Likert 1 hingga 5 untuk menangkap persepsi responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti. Analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Evaluasi model mencakup analisis *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, serta *inner model* untuk mengkaji hubungan antar variabel dalam model. Metode ini dipilih karena keunggulannya dalam mengolah data yang tidak berdistribusi normal, mampu bekerja dengan sampel berukuran kecil, dan efektif dalam menguji hubungan struktural yang kompleks.

### 3. Pembahasan

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang, responden pada penelitian ini merupakan individu yang berdomisili pada DKI Jakarta dengan usia sekitar 20-27 tahun, serta memiliki ketertarikan pada investasi saham dan menggunakan *fintech payment* maupun media sosial. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan menggunakan *Google Form*, dan memperoleh responden sebanyak 100 orang yang telah mengisi kuesioner penelitian ini, dengan kriteria dalam penelitian ini.

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
X1	0.929	0.933	0.943	0.704
X1*Z	0.994	1.000	0.994	0.785
X2	0.919	0.920	0.935	0.673
X2*Z	0.993	1.000	0.993	0.748
Y	0.896	0.898	0.918	0.616
Z	0.910	0.912	0.928	0.650

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk**  
Sumber: Data Diolah, 2025

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas konstruk melalui metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model telah memenuhi standar kelayakan yang sangat baik. Seluruh nilai *Cronbach's Alpha* tercatat di atas 0,70, bahkan sebagian besar konstruk memiliki nilai yang mendekati atau melampaui angka 0,90. Temuan ini mencerminkan tingkat konsistensi internal yang tinggi antar indikator dalam masing-masing konstruk, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat reliabilitas internal pada model tergolong sangat kuat. Selain itu, nilai rho\_A dan *composite reliability* (CR) juga menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Semua konstruk memiliki nilai rho\_A dan CR di atas ambang batas 0,70, yang berarti bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas komposit yang kuat dan stabil. Ini semakin memperkuat keyakinan bahwa indikator-indikator dalam konstruk mampu secara konsisten merepresentasikan konstruk yang diukur. Dari sisi validitas konvergen, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk seluruh konstruk juga berada di atas ambang batas minimum 0,50. Bahkan, sebagian besar konstruk memiliki nilai AVE lebih dari 0,65, menunjukkan bahwa proporsi varians yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten terhadap indikatornya cukup tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk tersebut telah mencapai validitas konvergen yang baik.

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	-0.035	-0.013	0.165	0.214	<b>0.831</b>
X1*Z -> Y	-0.131	-0.068	0.238	0.551	<b>0.582</b>
X2 -> Y	0.599	0.544	0.216	2.767	<b>0.006</b>
X2*Z -> Y	0.159	0.076	0.263	0.604	<b>0.546</b>
Z -> Y	0.433	0.445	0.123	3.516	<b>0.000</b>

**Tabel 2 Hasil Uji T**  
Sumber: Data Diolah, 2025

1. *Fintech payment* tidak berpengaruh terhadap minat investasi saham Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *fintech payment* (X1) terhadap minat investasi saham (Y) tidak signifikan, dengan nilai p sebesar 0.831 ( $> 0.05$ ) dan nilai T-statistik sebesar 0.214 ( $< 1.96$ ). Koefisien jalur (path coefficient) juga menunjukkan nilai negatif sebesar -0.035, yang berarti arah pengaruhnya tidak sesuai harapan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *fintech payment* tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi saham Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta. Berdasarkan data usia, mayoritas responden berusia 18–25 tahun (81%), yang umumnya masih

menempuh pendidikan tinggi atau baru memasuki dunia kerja dengan pendapatan belum stabil. Fokus keuangan mereka lebih pada kebutuhan jangka pendek seperti pendidikan, transportasi, dan hiburan. Karena itu, investasi belum menjadi prioritas, dan fintech payment lebih digunakan sebagai alat transaksi, bukan sarana investasi. Hal ini diperkuat oleh temuan Hanif et al., (2024) yang menunjukkan bahwa rendahnya keterlibatan Generasi Z dalam penggunaan aplikasi investasi di Indonesia dipengaruhi oleh keterbatasan kapasitas finansial, terutama di usia muda. Mereka mencatat bahwa banyak pengguna potensial dari kalangan muda yang merasa belum siap secara ekonomi untuk mulai berinvestasi, meskipun sudah terbiasa menggunakan teknologi keuangan. Dengan demikian, meskipun tingkat penetrasi teknologi finansial cukup tinggi di kalangan Generasi Z, hal tersebut belum didukung oleh kesiapan finansial dan perilaku yang mendukung minat terhadap investasi saham, sehingga tidak ditemukan pengaruh signifikan antara fintech payment dan minat investasi dalam penelitian ini.

## 2. Platform media sosial berpengaruh terhadap minat investasi saham Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta.

Hipotesis ini terbukti signifikan, dengan nilai p sebesar 0.006 ( $< 0.05$ ) dan T-statistik sebesar 2.767 ( $> 1.96$ ). Koefisien jalur antara variabel platform media sosial ( $X_2$ ) terhadap minat investasi saham ( $Y$ ) adalah 0.599, menunjukkan pengaruh yang positif dan kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa platform media sosial memiliki pengaruh dalam meningkatkan minat investasi saham Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta. Peran media sosial semakin sentral sebagai sumber utama bagi Generasi Z dalam mengakses informasi keuangan dan edukasi investasi. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menyediakan konten yang mudah dipahami dan memiliki daya tarik visual yang kuat, yang mendorong peningkatan minat berinvestasi. Hasil ini sesuai dengan penelitian Firmansyah et al., (2024) yang menunjukkan bahwa social media influencer dan platform digital memberikan pengaruh signifikan terhadap minat investasi. Juga diperkuat oleh Setiawati & Venusita (2024) dan Sani & Paramita (2024) yang menemukan bahwa media sosial meningkatkan kepercayaan diri serta perceived behavioral control dalam mengambil keputusan investasi

## 3. Perilaku keuangan tidak dapat memperkuat pengaruh *Fintech payment* terhadap minat investasi saham.

Interaksi antara *Fintech payment* dan perilaku keuangan ( $X_1 * Z$ ) terhadap minat investasi saham ( $Y$ ) menghasilkan nilai p sebesar 0.582, dan T-statistik hanya 0.551, yang keduanya tidak memenuhi ambang batas signifikansi. Koefisien jalur interaksi sebesar -0.131 juga menunjukkan arah pengaruh yang negatif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan tidak memperkuat pengaruh *fintech payment* terhadap minat investasi saham Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun individu memiliki perilaku keuangan yang baik, penggunaan fintech payment tidak secara otomatis mendorong peningkatan minat investasi. Hal ini terjadi karena mayoritas responden masih belum memiliki pendapatan tetap, sehingga *fintech payment* lebih sering digunakan untuk transaksi konsumtif sehari-hari dibanding untuk aktivitas finansial jangka panjang seperti investasi. Temuan ini bertentangan dengan hasil Suriansyah & Harianto (2022) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan mampu memperkuat pengaruh variabel teknologi keuangan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan adanya konteks berbeda, di mana generasi Z Jakarta cenderung memisahkan penggunaan fintech dan keputusan investasi saham

## 4. Perilaku keuangan memperkuat pengaruh platform media sosial terhadap minat investasi saham.

Hasil analisis terhadap interaksi antara platform media sosial dan perilaku keuangan ( $X_2 * Z$ ) terhadap minat investasi saham ( $Y$ ) menunjukkan nilai p sebesar 0.546 dan T-statistik sebesar 0.604, yang berarti tidak signifikan. Koefisien jalur sebesar 0.159 meskipun positif, namun tidak cukup kuat secara statistik. Dengan demikian, perilaku keuangan tidak terbukti memperkuat pengaruh platform media sosial terhadap minat investasi saham Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun seseorang memiliki pengelolaan keuangan yang baik, pengaruh media sosial terhadap minat investasinya tetap berdiri sendiri. Media sosial telah memiliki daya pengaruh yang kuat tanpa perlu dimoderasi oleh faktor internal seperti perilaku keuangan. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Suriansyah & Harianto (2022) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan memperkuat pengaruh persepsi risiko dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Namun dalam konteks Jakarta, dominasi media sosial mungkin sudah terlalu kuat sehingga perilaku keuangan tidak menjadi variabel penting dalam memperkuat pengaruhnya

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode PLS-SEM, penelitian ini menyimpulkan bahwa *fintech payment* tidak berpengaruh terhadap minat investasi saham Generasi Z di DKI Jakarta. Meskipun penggunaannya cukup tinggi, layanan seperti *e-wallet* dan *mobile banking* lebih banyak digunakan untuk kebutuhan transaksi konsumtif harian, bukan sebagai pendorong minat investasi. Sebaliknya, platform media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat

investasi, karena konten edukatif, testimoni, dan pengaruh dari influencer keuangan yang disajikan secara menarik dan tersebar luas mampu meningkatkan ketertarikan generasi muda terhadap investasi saham. Namun, perilaku keuangan tidak mampu memperkuat hubungan antara fintech payment dan minat investasi, yang menunjukkan bahwa meskipun individu memiliki pengelolaan keuangan yang baik, fintech belum dimanfaatkan sebagai alat strategis dalam perencanaan investasi jangka panjang. Hal yang sama terjadi pada hubungan antara media sosial dan minat investasi, di mana perilaku keuangan tidak berperan sebagai moderator. Artinya, pengaruh media sosial terhadap minat investasi tetap berjalan secara langsung tanpa bergantung pada perilaku keuangan individu.

## Daftar Pustaka

- A. M. Abu Daqar, M., Arqawi, S., & Abu Karsh, S. (2020). Fintech in the eyes of Millennials and Generation Z (the financial behavior and Fintech perception). *Banks and Bank Systems*, 15(3), 20–28. [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(3\).2020.03](https://doi.org/10.21511/bbs.15(3).2020.03)
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- DataIndonesia.Id. (2023). *Survei DataIndonesia.Id: Penetrasi Fintech Semakin Dalam*. <https://finansial.bisnis.com/read/20230321/563/1639419/survei-dataindonesiaid-penetrasi-fintech-semakin-dalam>
- Firmansyah, F. F., Sriyono, S., & Prapanca, D. (2024). Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi Dan Uang Saku Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 770–790. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3763>
- Hanif, H., Nadlifatin, R., Utama, R. R., Ali, A. H. N., & Persada, S. F. (2024). Determinant factors of mobile investment app users among generation Z Indonesia. *International Journal of Electrical and Computer Engineering (IJECE)*, 14(3), 3073. <https://doi.org/10.11591/ijece.v14i3.pp3073-3083>
- Jakpat. (2025). *2024 Fintech Trends: 42% of Gen Z Use Online Loans for Daily Needs*. <https://insight.jakpat.net/2024-fintech-trends-42-of-gen-z-use-online-loans-for-daily-needs/>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Satgas PASTI Blokir 796 Entitas Ilegal di Oktober s.d. Desember 2024*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Satgas-Pasti-Blokir-796-Entitas-Ilegal-di-Oktober---Desember-2024.aspx>
- Putri Susanto, K., Candra Mandagie, W., Endri, E., & Wiwaha, A. (2024). Financial literacy, technological progress, financial attitudes and investment decisions of Gen Z Indonesian investors. *Investment Management and Financial Innovations*, 22(1), 25–34. [https://doi.org/10.21511/imfi.22\(1\).2025.03](https://doi.org/10.21511/imfi.22(1).2025.03)
- Rais, M., Khairi, H., & Hidayat, F. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 342–355. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>
- Sani, N., & Paramita, V. S. (2024). Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, dan Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Investor Generasi Z Jawa Barat). *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1), 134. <https://doi.org/10.35906/equili.v13i1.1886>
- Setiawati, A. A., & Venusita, L. (2024). *Pengaruh Media Sosial, Edukasi Pasar Modal Dan Penggunaan Analisis Fundamental Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal ( Studi Pada Masasiswa Investor Saham Di Surabaya )*. 5, 1015–1025.
- Suriansyah, N. S., & Harianto, W. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Persepsi Resiko Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 20. <https://doi.org/10.21070/ijins.v20i.715>
- Utami, E. M., Gusni, G., Yuliani, R., & Pesakovic, G. (2025). Financial Knowledge and Social Influence on Generation Z Intention to Invest: The Mediating Role of Financial Attitude and Literacy. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 40(1), 121. <https://doi.org/10.56444/mem.v40i1.5378>

**Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing**

Artikel saya berjudul

**“Pengaruh *Fintech payment* dan Platform Media Sosial Terhadap Minat Investasi Saham Generasi Z di Provinsi DKI Jakarta dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderasi”**

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Nama Lengkap Beserta Gelar	Tanda Tangan	Tanggal
Mahasiswa	Ramadhan Hadisaputro		16/7/2025
Dosen Pembimbing	Fatimah, S.E., M.M.		16/7/2025

Catatan:

- Lembar persetujuan ini diupload ke website SNAM PNJ secara terpisah dari file artikel dalam bentuk file pdf (.pdf)