

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Pada Generasi Milenial (Studi Pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun di DKI Jakarta)

Alifia Widyastuti¹,

alifia.widyastuti.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

Petrus Hari Kuncoro Seno²

petrus.harikuncoroseno.akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

The number of investors in the capital market will increase in 2022. The increasing number of investors in the capital market is influenced by digitalization, where content is widely spread on social media, one of which is capital market content. The increasing number of investors is currently dominated by the millennial generation because the millennial generation is a generation that is updated about something and has a high curiosity. This study aims to examine the influence of social media, risk perception, and financial literacy on millennial generation investment decisions in the DKI Jakarta area. This research is a quantitative research using multiple linear regression analysis with the help of SPSS program. The number of samples in this study were 116 respondents who came from the millennial generation in the DKI Jakarta area. The results of this study indicate that the variables of social media and financial literacy have a significant influence on investment decisions. Meanwhile, other variables, namely risk perception, have no significant effect on investment decisions.

Keywords: *Social Media, Risk Perception, Financial Literacy, Investment Decisions, and Millennial Generation*

ABSTRAK

Jumlah investor di pasar modal meningkat pada tahun 2022. Meningkatnya jumlah investor di pasar modal salah satunya dipengaruhi oleh digitalisasi dimana banyak tersebar konten-konten di media sosial, salah satunya konten pasar modal. Peningkatan jumlah investor saat ini didominasi oleh generasi milenial karena generasi milenial merupakan generasi yang update tentang sesuatu hal dan memiliki jiwa ingin tahu yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh dari sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan terhadap keputusan investasi generasi milenial di daerah DKI Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 116 responden yang berasal dari generasi milenial di daerah DKI Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sosial media dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Sedangkan variabel lain yaitu *risk perception* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Kata Kunci: Sosial Media, *Risk Perception*, Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, dan Generasi Milenial

¹ Alifia Widyastuti. E-mail: alifia.widyastuti.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Aktivitas investasi di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan peluang keuntungan yang menjanjikan pada investasi di pasar modal. Berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal di Indonesia mencapai peningkatan investor saham sebesar 12,13% dari tahun sebelumnya. Peningkatan investor pada tahun 2022 didominasi oleh investor milenial atau investor yang berusia di bawah 30 tahun sebesar 60,18%.

Meningkatnya jumlah investor dari tahun ke tahun menunjukkan mulai banyaknya warga Indonesia yang terjun ke dunia investasi atau mulai mempertimbangkan praktik investasi ke dalam kehidupannya. Dominasi peningkatan jumlah investor oleh investor milenial umumnya didukung dengan kepekaan generasi milenial terhadap kepekaan teknologi. Kemudahan akses dalam informasi di media sosial menghadirkan fenomena *influencer* yang masuk ke berbagai sektor, salah satunya investasi saham. Lebih dari itu, fenomena ini juga diwarnai pom-pom saham, yang mana saham dipompa agar tampak menarik perhatian. Padahal tidak semua *influencer* memiliki kompetensi untuk memberikan informasi seputar saham dengan baik.

Selain influensi dari media atau lingkungan sekitar, sebuah keputusan investasi yang baik dapat diukur dengan mempertimbangkan risiko dari bentuk atau instrumen investasi yang akan digunakan. Generasi milenial yang menggunakan sosial media sebagai acuan dalam pengambilan keputusan investasi dikhawatirkan tidak memahami risiko yang mungkin terjadi pada kegiatan investasi yang mereka lakukan. Faktor yang melihat risiko investasi tersebut umumnya dikenal dengan sebutan *risk perception*. *Risk perception* dalam penelitian (Alquraan, Alqisie, & Al Shorafa, 2016) mengarah kepada keputusan subjektif yang dilakukan oleh investor tentang karakteristik dan besarnya risiko yang akan dihadapi

Faktor lain yang dinilai kurang diperhatikan oleh generasi milenial dalam pengambilan keputusan investasinya yaitu literasi keuangan. Hal ini dapat dilihat dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019 yang menunjukkan presentase literasi keuangan yang masih tergolong rendah, yaitu hanya sebesar 38,03%.

Berdasarkan beberapa pemaparan tersebut, penelitian ini akan menguji variabel sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari ketiga faktor tersebut terhadap keputusan investasi generasi milenial di pasar modal. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian ini dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi pada Generasi Milenial (Studi pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun di DKI Jakarta)”**.

Rumusan Masalah

Adapun penelitian ini ingin melihat pengaruh sosial media baik secara parsial maupun simultan, agar dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan persepsi risiko serta literasi keuangan, sehingga keputusan investasi generasi milenial menjadi baik dan menguntungkan.

Tujuan

1. Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh sosial media terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.
2. Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh *risk perception* terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.

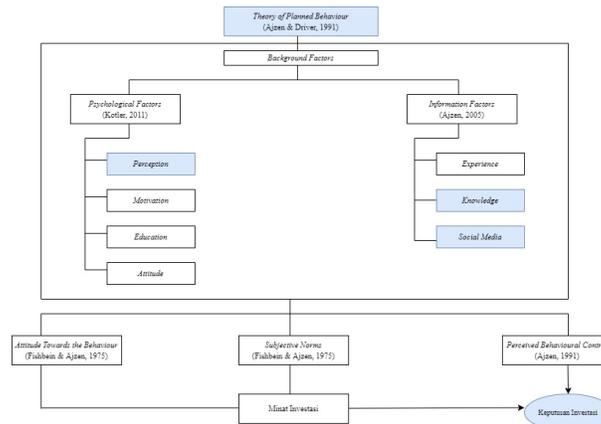
3. Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.
4. Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh sosial media, *risk perception*, dan literasi keuangan secara bersamaan terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Penelitian ini dilakukan berdasarkan berbagai teori dan pendapat beberapa ahli yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti. Adapun teori tersebut digambarkan :

Tabel 1. *Theory of Planned Behaviour* Sumber: Data diolah



Teori Tindakan berencana atau *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana seseorang dalam melakukan perilaku dipengaruhi oleh niat. Dalam konteks penelitian ini, seseorang yang telah memiliki niat berinvestasi tentunya akan melakukan upaya agar investasi yang dilakukan dapat menghasilkan *return* yang menguntungkan di kemudian hari. Selain itu, adapun *Theory of Planned Behaviour* yang digunakan adalah *Perceived Behavioural Control* (Kontrol Perilaku), karena penelitian ini ingin melihat apakah terdapat pengaruh antara sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan terhadap keputusan investasi.

Keputusan Investasi

Menurut Jones (2007), pengambilan keputusan investasi adalah komitmen dana pada satu atau beberapa aset yang akan di *hold* beberapa waktu oleh perusahaan.

Sosial Media

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menyebabkan kegiatan sosial saat ini juga berkembang ke dunia maya. Selain komunikasi, banyak sekali aktivitas serta kegiatan yang dilakukan melalui sosial media. Menurut Henderi, Yusup, dan Graha (2007), sosial media merupakan jaringan sosial berbentuk web yang dapat menghubungkan seseorang dengan pengguna lain dalam suatu sistem dan dapat membuat penggunanya membuat profil yang dapat diakses ke publik.

Risk Perception

Menurut (Pradikasari 12 & Isbanah, 2018), *risk perception* adalah suatu penilaian yang bergantung atas karakteristik psikologis, serta keadaan seorang individu terhadap situasi yang berpotensi menimbulkan risiko. Persepsi risiko tersebut berdampak atas kewaspadaan seorang individu akan suatu hal.

Literasi Keuangan

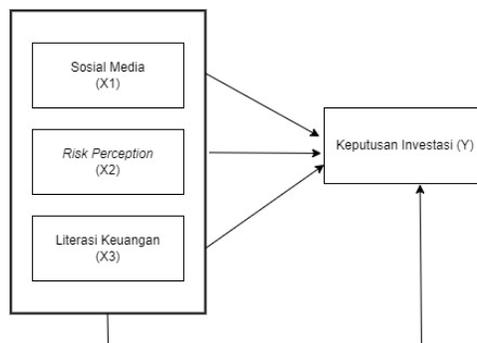
Perencanaan keuangan penting dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi serta menghindari seseorang dari masalah keuangan. Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang dapat mempengaruhi kualitas pengambilan keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat (OJK, 2017).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khatik, Joshi, dan Adwani (2021:316) menyatakan bahwa sosial media memiliki pengaruh yang signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chaitanya dan Nordin (2021:67) yang menyatakan bahwa sosial media tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Kemudian untuk variabel *risk perception*, penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2014) menunjukkan bahwa *risk perception* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan investasi. Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Ainia, dkk (2019) yang menemukan bahwa *risk perception* berpengaruh signifikan dengan arah yang negatif terhadap keputusan investasi. Variabel selanjutnya yaitu literasi keuangan yang diteliti oleh Khatik, Joshi, dan Adwani (2021:316) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Hal ini bertentangan dengan penelitian milik Budiman, Maulana, dan Kamal (2021:321) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Maka dari itu, perbedaan/inkonsistensi hasil inilah yang merupakan gap dan menjadi alasan mengapa penelitian perlu dilakukan kembali

Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini, peneliti menguji variabel independen sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan pada keputusan investasi. Tabel kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Sumber: Data diolah

Hipotesis

H1 : Sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta

H2 : *Risk perception* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta

H3 : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta

H4 : Sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan prosedur serta perhitungan statistik dengan pengukuran atau kuantifikasi yang menghasilkan suatu penemuan. Untuk teknik pengambilan data, penelitian ini menggunakan survei dengan instrumen pengumpulan data yang digunakan yakni kuesioner.

Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Sosial Media, *Risk Perception*, dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dimana yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan data penelitian adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat DKI Jakarta,
2. Generasi milenial atau masyarakat dengan rentang usia 18-34 tahun,
3. Telah membuka rekening investasi dan aktif melakukan investasi setidaknya satu tahun,
4. Aktif menggunakan sosial media untuk mencari informasi tentang investasi setidaknya 1 jam sehari.

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2011:37), yakni sebagai berikut :

$$n = \frac{10,609,682}{1 + 10,609,682 \times (0,1)^2} = 99,999 \approx 100$$

Menggunakan rumus ini, dapat diperoleh bahwasannya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 orang generasi milenial DKI Jakarta dengan rentang usia 18 – 34 tahun yang telah berinvestasi dan aktif menggunakan sosial media.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data memiliki prosedur dimana peneliti akan menyebarkan kuesioner online dalam bentuk *google form* dan disebarluaskan oleh peneliti langsung baik secara tatap muka maupun tanpa tatap muka (digital).

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan mengetahui pengaruh antara dua atau banyak variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Uji Regresi Linier Berganda Sumber: Output SPSS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.971	2.850		2.446	.016
SOSIAL_MEDIA	.238	.062	.309	3.834	.000
RISK_PERCEPTION	.030	.040	.048	.735	.464
LITERASI_KEUANGAN	.297	.040	.536	7.365	.000

Berdasarkan hasil uji regresi di atas, diterapkan langsung kepada model regresi yang telah ditentukan sebagai berikut,

$$Y = 6,971 + 0,238 X1 + 0,030 X2 + 0,297 X3 + E$$

Hasil uji tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta merupakan besarnya nilai dari variabel dependen (Y) tanpa pengaruh dari variabel independen (X). Berdasarkan hasil uji regresi diketahui bahwa nilai konstanta yaitu sebesar 6,971 yang berarti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel sosial media (X1), *risk perception* (X2), dan literasi keuangan (X3), nilai keputusan investasi adalah sebesar 6,971.
2. Variabel sosial media (X1) memiliki nilai koefisien regresi bernilai positif yaitu sebesar 0,238 yang berarti menunjukkan hubungan yang searah antara sosial media dan keputusan investasi. Jika terjadi kenaikan nilai sosial media sebesar satu satuan maka keputusan investasi akan meningkat sebesar 0,238 dengan asumsi variabel independen lain dianggap tetap.
3. Variabel *risk perception* (X2) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,030 yang berarti menunjukkan hubungan yang searah antara *risk perception* dan keputusan investasi. Jika terjadi kenaikan nilai *risk perception* sebesar satu satuan maka keputusan investasi generasi milenial di daerah DKI Jakarta meningkat 0,030 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.
4. Variabel literasi keuangan (X3) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,297 yang berarti menunjukkan hubungan yang searah antara literasi keuangan dan keputusan investasi. Jika terjadi kenaikan nilai literasi keuangan sebesar satu satuan maka keputusan investasi generasi milenial di daerah DKI Jakarta meningkat 0,297 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 3. Uji T Sumber: Output SPSS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.971	2.850		2.446	.016
	SOSIAL_MEDIA	.238	.062	.309	3.834	.000
	RISK_PERCEPTION	.030	.040	.048	.735	.464
	LITERASI_KEUANGAN	.297	.040	.536	7.365	.000

Berdasarkan hasil uji regresi untuk memperoleh nilai t dan signifikansi di atas, maka dapat dijabarkan pada poin – poin sebagai berikut,

1. Nilai T mengartikan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan antara sosial media (X1) terhadap keputusan investasi (Y), karena nilai t sig yaitu 0,000 menunjukkan angka kurang dari 0,05 yang artinya variabel sosial media memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi. Maka H1 diterima pada penelitian ini dan dapat dikatakan bahwa sosial media berpengaruh secara parsial terhadap keputusan investasi
2. Nilai T mengartikan bahwasannya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *risk perception* (X2) terhadap keputusan investasi (Y), karena nilai t sig yaitu 0,464 menunjukkan angka lebih dari 0,05 yang artinya variabel *risk perception* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi. Maka H2 ditolaka pada penelitian ini dan dapat dikatakan bahwa *risk perception* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan investasi
3. Nilai T mengartikan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan (X3) terhadap keputusan investasi (Y), karena nilai t sig yaitu 0,000 menunjukkan angka kurang dari 0,05 yang artinya variabel literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi. Maka H3 diterima pada penelitian ini dan dapat dikatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan investasi

Uji Stimultan (Uji-F)

Tabel 4. Uji F Sumber: Output SPSS

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2153.534	3	717.845	75.139	.000 ^b
	Residual	1175.080	123	9.553		
	Total	3328.614	126			

Hasil pengujian secara simultan menghasilkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari alpha 0,05 sehingga menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara sosial media (X1), *risk perception* (X2), dan literasi keuangan (X3) terhadap keputusan investasi (Y) secara simultan.

Uji Koefisien Determinasi (Uji-R²)

Tabel 5. Uji R Sumber: Output SPSS

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.638	3.09087

Dari hasil uji koefisien determinasi, dapat dilihat bahwa nilai R square sebesar 0,647 atau 64%. Nilai tersebut berarti kontribusi variabel sosial media, *risk perception*, dan literasi dalam mempengaruhi keputusan investasi adalah sebesar 64% sedangkan sisanya sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan di dalam penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji T yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 3,834 dan t Sig. sebesar 0,000 dimana nilai t Sig. lebih kecil daripada 0,05. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel sosial media secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hal ini sejalan dengan teori pendukung, yaitu *Theory of Planned Behaviour* (Ajzen & Driver, 1991) pada *Information Factors* (Ajzen, 2005) dimana pada teori tersebut dijelaskan bahwa faktor informasi salah satunya melalui media sosial dapat mempengaruhi keputusan seseorang. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Ladamay, dkk (2021:161) yang menyatakan bahwa sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Tidak hanya itu, hasil uji regresi untuk variabel sosial media (X1) sebesar 0,238 yang mengartikan adanya pengaruh positif antara variabel independen sosial media (X1) dengan variabel dependen keputusan investasi (Y).

Pengaruh Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji T yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 0,735 dan t Sig. sebesar 0,464 dimana nilai t Sig. lebih besar daripada 0,05. Nilai tersebut bermakna bahwa variabel *risk perception* tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan investasi. Alasan mengapa *risk perception* tidak berpengaruh pada keputusan investasi adalah karena investor tidak mempertimbangkan risiko yang mungkin terjadi dalam melakukan keputusan investasinya.

Hasil penelitian ini tidak mendukung *prospect theory* yang membahas tentang pengambilan keputusan dalam kondisi ketidakpastian. Berdasarkan penelitian yang diperoleh ditemukan bahwa *risk perception* tidak lagi berada kondisi ketidakpastian dalam pengambilan sebuah keputusan investasi. Hasil bahwa *risk perception* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi tersebut searah dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian (Pradikasari & Isbanah, 2018) dimana dijelaskan bahwa investor cenderung tidak banyak pertimbangan ketika mengambil keputusan.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji T yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 7,365 dan t Sig. sebesar 0,000 dimana nilai t Sig. lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Information Factors (Ajzen, 2005) bahwa *knowledge* atau pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi tindakan pengambilan keputusan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik literasi keuangan yang dimiliki oleh seorang investor generasi milenial di daerah DKI Jakarta, maka akan meningkatkan keputusan investasi yang akan diambil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Sitanggang pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan generasi milenial. Selain itu, investor generasi milenial di DKI Jakarta juga menyadari bahwa pengetahuan dasar investasi sangat penting dalam pengambilan keputusan investasi.

Pengaruh Sosial Media, Risk Perception, serta Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil analisis data dari uji F diketahui bahwa variabel independen (X) yaitu sosial media (X1), *risk perception* (X2), dan literasi keuangan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan investasi (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu sebesar $< 0,000$ dimana $< 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 75,139. Data tersebut menunjukkan bahwa dalam mengambil keputusannya, generasi milenial menggunakan informasi yang disajikan di media sosial. Hasil ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan dari investor generasi milenial di DKI Jakarta yang melibatkan *knowledge*, *skill*, dan *confident* memiliki pengaruh terhadap keputusan yang akan dibuat. Selain itu, penelitian ini juga menyatakan bahwa generasi milenial kurang memperhatikan persepsi risiko dalam melakukan keputusan investasinya.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan diketahui bahwa sosial media serta literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi para investor generasi milenial di daerah DKI Jakarta. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi implikasi kepada investor generasi milenial sehingga dapat dijadikan referensi dalam membuat keputusan investasi dan kepada regulator atau pemerintah sebagai referensi untuk membuat program-program atau kebijakan-kebijakan yang mendukung upaya peningkatan pasar modal di Indonesia.

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Sosial media memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa investor milenial di DKI Jakarta menggunakan media sosial sebagai referensi dalam pengambilan keputusan investasi mereka. Meskipun demikian, investor generasi milenial tetap melakukan analisis dan mengandalkan pengetahuan literasi keuangan mereka dalam pengambilan keputusan investasinya. Hal ini sejalan dengan teori pendukung yaitu *Theory of Planned Behaviour* yang menjelaskan bahwa sosial media memiliki peran dalam perilaku seseorang dalam mengambil keputusan.

2. *Risk perception* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hasil penelitian ini tidak mendukung *prospect theory* yang membahas tentang pengambilan keputusan dalam kondisi ketidakpastian. Hal ini disebabkan karena investor merasa jera ketika pernah mengalami kerugian dalam berinvestasi dan takut untuk melakukan investasi kembali.
3. Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial di DKI Jakarta cukup memahami bahwa dengan literasi keuangan yang baik membuat generasi milenial memiliki masa depan yang terjamin. Hal ini sejalan dengan teori pendukung yaitu *Theory of Planned Behaviour* yang menjelaskan bahwa literasi keuangan memiliki peran dalam perilaku seseorang dalam mengambil keputusan.
4. Sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa generasi milenial menggunakan sosial media sebagai referensi mereka dalam mencari informasi. Generasi milenial juga sudah memiliki literasi keuangan yang baik yang dapat membuat keputusan investasi mereka menjadi tepat.

Saran

1. Bagi Investor Generasi Milenial

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa sosial media dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Sedangkan *risk perception* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Melihat pengaruh yang signifikan, investor pasar modal diharapkan dapat terus meningkatkan pengetahuan literasi keuangan mereka melalui kegiatan yang diperoleh dari berbagai sumber, baik itu pembelajaran di perguruan tinggi, atau mengikuti kegiatan edukasi lain seperti seminar dan webinar.

2. Bagi Bursa Efek Indonesia

Pada kegiatan di BEI selanjutnya dapat melibatkan edukasi pasar modal di sosial media dapat mengajak *influencer* dengan kriteria tersebut sehingga dapat meningkatkan antusiasme investor milenial di DKI Jakarta, baik yang sudah berinvestasi ataupun yang belum.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini hanya digunakan variabel independen yaitu sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan investasi seorang investor terutama generasi milenial di daerah DKI Jakarta sehingga dapat diketahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan investasi generasi milenial di daerah DKI Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainia, N. S. N., and Lutfi, L. 2019. The influence of risk perception, risk tolerance, overconfidence, and loss aversion towards investment decision making. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* Vol. 21(3) : 401-413. DOI: 10.14414/jebav.v21i3.1663

- Al Atoom, S. A., Alafi, K. K., & Al-Fedawi, M. M. (2021). The Effect of Social Media on Making Investment Decisions for Investors in Amman Financial Market. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(6), 934-960.
- Alquraan, T., Alqisie, A., & Shorafa, A. (2016, June). Do Behavioural Finance Factors Influence Stock Investment Decision of Individual. *American International Journal of Contemporary Research*, 6(3).
- Budiman, I., Maulana, Z., & Kamal, S. (2021). Pengaruh Literacy Financial, Experienced Regret, dan Overconfidence Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 321-330.
- Chaitanya, D. B., & Nordin, N. (2021). The Relationship between Psychological Factors, Risk Perception and Social Media on Investment Decision Making. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 3(4), 55-72.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. Semarang: BPF Universitas Diponegoro.
- Hidayat, W. W. (2019). *Konsep dasar investasi dan pasar modal*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Henderi, Muhammad Yusuf, Yuliana Isma Graha. 2007. *Pengertian Media Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Jones, Charles P. (2007) *Investment: Analysis and Management*. 10th Edition. John Wiley & Sons, Inc.
- Khatik, S. K., Joshi, R., & Adwani, V. K. INFERRING THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ON GEN Z'S INVESTMENTS DECISIONS. *Journal of Content, Community & Communication*, 14(7), 309-317.
- Ladamay, A. Z. F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 7(2), 161-185.
- Maharani, B., & Hidayah, N. (2021). Peran Media Sosial dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 275-286.
- Mutawally, F. W., & Asandimitra, N. (2019). Pengaruh financial literacy, risk perception, behavioral finance dan pengalaman investasi terhadap keputusan investasi mahasiswa surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4), 942-953.
- Nuryadi, N., Astuti, T. D., Sri Utami, E., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statstik Penelitian*. Yogyakarta: Grama Surya.
- Pahlevi, F. S. (2021). Legal Standing Influencer Saham di Indonesia. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 1(2), 17-41.

- Putra, I. P. S., Ananingtiyas, H., Sari, D. R., Dewi, A. S., & Silvy, M. (2016). Pengaruh tingkat literasi keuangan, experienced regret, dan risk tolerance pada pemilihan jenis investasi. *Journal of Business and Banking*, 5(2), 271-282.
- Putri, N. M. D. R., & Rahyuda, H. (2017). Pengaruh tingkat financial literacy dan faktor sosiodemografi terhadap perilaku keputusan investasi individu. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(9), 3407-3434.
- Pradikasari, E., & Isbanah, Y. (2018). Pengaruh *Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance*, dan *Risk Perception* Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 424–434.
- Taleb, Safa K. A., and Nilsson, F. 2021. Impact of Social Media on Investment Decision. *Thesis*. Department of Business Administration. International Business Program Bachelor Thesis. UMEA UNIVERSITET.
- Utami, N., & Sitanggang, M. L. (2021). The Analysis of Financial Literacy and Its Impact on Investment Decisions: A Study on Generation Z In Jakarta. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(1), 33-40.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hal. 12
- Wulandari, D. A., & Iramani, R. (2014). Studi *Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidence* Dan *Risk Perception* Pada Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of business and banking*, 4(1), 55-66.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Pada Generasi Milenial (Studi Pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun di DKI Jakarta)

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa		22 Agustus 2022
Dosen Pembimbing		22 Agustus 2022