

Pengaruh Financial Socialization, Overconfidence, dan Mental Accounting

by Joko Saputro

Submission date: 22-Aug-2025 09:29AM (UTC+0700)

Submission ID: 2733194787

File name: cek.pdf (740.47K)

Word count: 10796

Character count: 67300

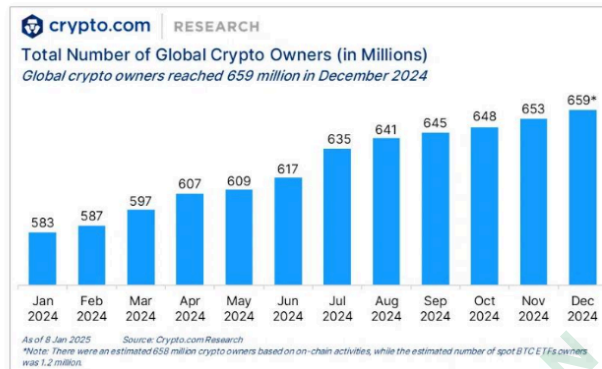
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Investasi telah berkembang seiring berjalannya waktu, terutama di ranah investasi digital (Putu Angelina Parassari Ningrum et al., 2023). Investasi sering kali dilakukan melalui emas, surat berharga, saham, dan aset lainnya. Investor menunjukkan minat yang tinggi terhadap investasi digital karena kemudahan penggunaannya. Salah satu bentuk investasi digital yang populer di masyarakat saat ini adalah *cryptocurrency*, yang juga dikenal sebagai mata uang kripto. Dengan kemajuan teknologi, investasi dalam mata uang virtual atau mata uang kripto telah muncul sebagai tren karena potensi *return* yang besar, tetapi dengan risiko yang besar. Mata uang kripto atau *cryptocurrency* menjadi salah satu instrumen investasi yang terogolong baru. Pada tahun 2009, Satoshi Nakamoto memperkenalkan *Bitcoin* sebagai bentuk pertama dari mata uang kripto yang bersifat terdesentralisasi, yang tidak bergantung pada otoritas pusat dalam pengelolaannya (Niaga, 2023).

Istilah *cryptocurrency* berasal dari perpaduan dua kata, yakni *cryptography* yang berarti sistem pengamanan berbasis kode rahasia, dan *currency* yang mengacu pada alat tukar dalam transaksi ekonomi (Putu Angelina Parassari Ningrum et al., 2023). Dengan demikian, mata uang kripto berperan sebagai sarana pertukaran digital yang memungkinkan transaksi dilakukan secara virtual, serta menawarkan keunggulan berupa bebas dari biaya layanan tambahan. Sebagian besar mata uang kripto bersifat terdesentralisasi,

berjalan di atas jaringan komputer yang menggunakan teknologi *peer-to-peer* dan kriptografi sumber terbuka. Artinya, sistem tersebut beroperasi secara independen tanpa campur tangan otoritas pusat seperti bank sentral maupun lembaga administratif lainnya (Rico, Nur Ilham; Irada, Sinta; Mangasi, 2022).



Gambar 1.1 Total Number of Global *Crypto* Owners (in Millions)

Sumber: *Crypto.com*Research

Pada tahun 2024, penggunaan mata uang kripto di seluruh dunia menunjukkan pertumbuhan signifikan, meningkat sebesar 13% dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan laporan tahunan dari *Crypto.com*, jumlah pemilik aset kripto bertambah dari 583 juta pada Januari 2024 menjadi 659 juta pada bulan Desember (Marcellnova, 2025). Sebuah laporan dari BlackRock mengindikasikan bahwa penggunaan mata uang kripto meningkat 43% lebih cepat dibandingkan dengan penggunaan ponsel dan 20% lebih cepat dibandingkan dengan penggunaan internet. Dalam kurun waktu 12 tahun, adopsi mata uang kripto telah mencapai 300 juta pengguna, sedangkan teknologi seluler dan internet masing-masing

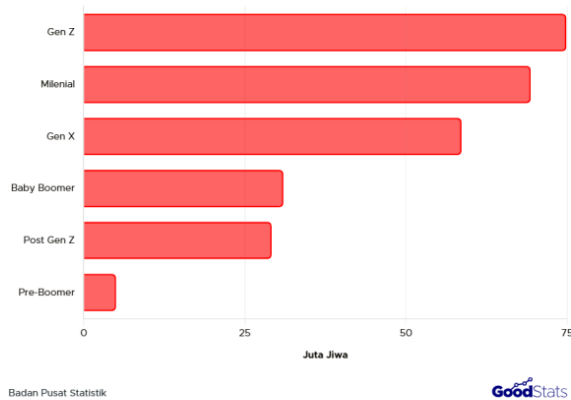
memerlukan 21 dan 15 tahun untuk mencapai jumlah pengguna yang sama (Marcellnova, 2025). Perluasan ini dipengaruhi oleh dinamika demografis, khususnya meningkatnya minat generasi muda terhadap aset kripto seperti Bitcoin (BTC), yang menunjukkan perbedaan preferensi ¹²¹ dibandingkan dengan Generasi X dan *Baby Boomers*. Indikator ini menandakan perubahan paradigma dalam penerimaan masyarakat terhadap teknologi keuangan baru.



Gambar 1.2 Perkembangan dan Pelanggan Aset Kripto

Sumber: Bappebti

Berbeda dengan investasi saham tradisional, transaksi saham terjadi di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan melalui pialang, sedangkan transaksi mata uang kripto dilakukan di platform yang diatur oleh Bappebti. Keputusan Kepala Bappebti ³¹ Nomor 01/BAPPEBTI/SP-BBAK/07/2023 yang dikeluarkan pada tanggal 17 Juli 2023 menetapkan bahwa PT Bursa Komoditi Nusantara memperoleh persetujuan sebagai Bursa Berjangka Aset Kripto di Indonesia (A. R. Sari, 2023). BAPPEBTI mengatakan bahwa pada bulan April, jumlah investor mata uang kripto di Indonesia mencapai 20,16 juta. Angka ini naik 2,07%, setara dengan penambahan 422.258 investor dari bulan sebelumnya yang berjumlah 19,75 juta orang (Wira, 2024).



Gambar 1.3 Perkembangan dan Pelanggan Aset Kripto

Sumber: Good Stast

104 Menurut data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS),

11 Generasi Z yang terdiri atas individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 merupakan kelompok demografis terbesar di Indonesia, dengan total populasi mencapai sekitar 74.93 juta jiwa atau setara dengan 27.94 persen dari total penduduk nasional. Kelompok ini secara umum berada pada rentang usia muda hingga awal masa remaja (Rainer, 2023). Saat ini, Gen-z lebih cenderung terlibat dalam mata uang kripto karena kemajuan teknologi keuangan (*fintech*) dan peningkatan aksesibilitas platform investasi digital. Berdasarkan hasil survei yang dipublikasikan oleh IDN Media dalam laporan bertajuk *Indonesia Millennial and Gen Z Report (IMGR) 2024*, diketahui bahwa 38% responden dari kelompok Milenial dan 41% dari kelompok Gen Z di Indonesia secara rutin melakukan penyusunan anggaran keuangan bulanan (Media, 2024). Selain itu, sebanyak 32% Milenial dan 26% Gen Z tercatat menyisihkan sebagian pendapatan mereka untuk

keperluan tabungan dan investasi (Fauziyah, 2024). Fenomena ini mencerminkan pergeseran preferensi investasi dari aset konvensional ke aset digital yang volatil, namun menarik minat Gen Z karena potensi keuntungan tinggi dan aksesibilitas melalui platform digital. Orang-orang sangat tertarik dengan pasar kripto yang berisiko, tetapi itu tidak selalu berarti mereka sepenuhnya memahami risiko dan cara kerjanya. Sehingga hal tersebut ini memunculkan kekhawatiran terkait keputusan investasi yang mungkin didasarkan pada emosi atau tren sosial, bukan analisis rasional.

Sebelum melakukan kegiatan investasi, calon investor disarankan untuk memiliki pengetahuan yang memadai, yang dapat diperoleh melalui proses *Financial Socialization*, guna mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih bijak. Menurut (Ameliawati & Setiyani, 2018), individu dengan tingkat *Financial Socialization* yang tinggi cenderung memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik. *Financial Socialization* merupakan suatu proses di mana seseorang membentuk pemahaman, keterampilan, serta kebiasaan yang berkaitan dengan keuangan melalui pengaruh lingkungan sekitarnya (Harrison et al., 2021). Semakin intens interaksi seseorang dengan agen-agen sosialisasi keuangan, semakin positif pula perilaku dalam mengelola keuangannya. *Financial Socialization* (sosialisasi keuangan) tradisional melalui keluarga dan sekolah dinilai semakin tergantikan oleh sumber digital di kalangan Gen Z. Studi yang dilakukan oleh GroundWorks (2023) mengungkap bahwa sekitar 67% Gen Z memperoleh informasi terkait *cryptocurrency* dari media sosial, seperti TikTok, YouTube, dan Instagram. Lebih lanjut, sekitar 21% dari mereka menyatakan pernah melakukan

investasi berdasarkan saran dari media sosial tanpa melakukan verifikasi informasi terlebih dahulu. ¹²³ Fakta ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi agen sosialisasi keuangan yang dominan, meskipun berpotensi menyebarkan informasi yang kurang akurat. Selain media sosial, interaksi dengan teman sebaya juga memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan perilaku keuangan (Sari et al., 2025). Berdasarkan data dari (EToro, 2024), **55% Gen Z secara aktif membahas portofolio investasi dengan teman**, sementara **44% lainnya berdiskusi dengan anggota keluarga**. Data ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial informal turut berperan penting dalam membentuk keputusan keuangan individu muda.

Tabel 1.1 Indeks Literasi Keuangan

Usia	Indeks Literasi Keuangan
26 – 35 tahun	74,04%
18 – 25 tahun	73,22%
36 – 50 tahun	72,05%

⁴⁷ Sumber: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)

Merujuk pada hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025, kelompok usia 26–35 tahun, 18–25 tahun, serta 36–50 tahun tercatat memiliki tingkat literasi keuangan tertinggi (SP 69/OJK/GKPB/V/2025, 2025). Masing-masing kelompok menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 74,04%, 73,22%, dan 72,05%. Melalui temuan tersebut, generasi Z yang termasuk dalam kelompok usia dengan indeks moderat, dinilai sebagai kelompok yang paling berisiko menghadapi permasalahan keuangan. Selain itu, kehadiran berbagai platform edukasi daring seperti webinar, podcast, serta aplikasi investasi turut

memperkuat proses sosialisasi keuangan dalam bentuk nonformal (LearnFinancialEducation, 2025). Faktor psikologis seperti *fear of missing out* (FOMO) turut mendorong minat investasi dalam aset kripto. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Finra, 2023), **sebanyak 41% Gen Z menyatakan bahwa mereka mulai berinvestasi karena khawatir tertinggal dari tren yang sedang berkembang**. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan investasi sering kali didorong oleh tekanan sosial dan emosional, bukan semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional. Akibatnya, **sekitar 55% Gen Z memilih *cryptocurrency* sebagai instrumen investasi utama**, dan **sekitar 19% bahkan hanya berinvestasi pada aset kripto** (Chussler, 2023).

Dalam kerangka teori keuangan perilaku (*behavioral finance*), pengambilan keputusan keuangan kerap dipengaruhi oleh distorsi kognitif, salah satunya adalah **bias *Overconfidence***. Bias ini merujuk pada kecenderungan individu untuk **menilai secara berlebihan kompetensi, wawasan, maupun ketepatan prediksi mereka sendiri**, yang pada akhirnya dapat mendorong mereka mengambil keputusan investasi yang cenderung agresif atau spekulatif (Barber & Odean, 2014). Sikap ini dianggap wajar dan mencerminkan tingkat kepercayaan diri individu dalam meraih sesuatu. Fenomena ini kerap muncul pada investor muda yang merasa telah memiliki pemahaman cukup terhadap pasar, meskipun pengalaman dan kemampuan teknis mereka masih terbatas. Menurut (Dewi & Astrie, 2020) Rasa percaya diri yang berlebihan (*Overconfidence*) menjadi salah satu aspek krusial yang diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan investasi, karena dapat memengaruhi cara individu menilai risiko dan peluang.

Sejumlah penelitian di Indonesia mengindikasikan bahwa sikap ²⁷ *Overconfidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi oleh Generasi Z, khususnya dalam konteks investasi pada aset kripto (*cryptocurrency*). ¹¹⁴ Penelitian yang dilakukan oleh (R. Sari et al., 2024) terhadap investor Gen Z di Jakarta menemukan bahwa *Overconfidence* berpengaruh positif terhadap kecenderungan mereka dalam memilih aset kripto, meskipun disertai risiko tinggi. Temuan serupa juga diungkap (Pricillia et al., 2023) dalam *European Journal of Business and Management Research* menegaskan bahwa *Overconfidence* secara signifikan menurunkan persepsi risiko, menunjukkan Gen Z cenderung meremehkan kemungkinan kerugian saat berinvestasi kripto. ¹¹³ Hal ini diperkuat oleh (Nursalimah et al., 2022) yang mengidentifikasi bahwa *Overconfidence* merupakan salah satu determinan utama dalam keputusan investasi *cryptocurrency* di kalangan investor muda Indonesia.

Overconfidence memengaruhi kemampuan investor dalam membuat keputusan, terutama pada investor muda yang masih kurang stabil secara emosional, sehingga berisiko membuat keputusan yang tidak rasional (Lathifatunnisa & Nur Wahyuni, 2021). Sebaliknya, penelitian oleh (Danang Mahardhika & Asandimitra, 2023) ¹⁵ menunjukkan bahwa *Overconfidence* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Keputusan investasi yang diambil oleh Gen Z tidak selalu rasional atau berbasis perhitungan teknikal semata. Salah satu factor psikologis lain yang berperan penting dalam perilaku keuangan mereka adalah *mental accounting*, yakni proses kognitif yang menyebabkan individu memisahkan alokasi dana ke

dalam “akun-akun mental” yang berbeda berdasarkan asal-usul, tujuan, atau persepsi nilai uang (Thaler, 1999). Hal ini menyebabkan seseorang dapat memiliki preferensi investasi yang berbeda untuk setiap kategori dana yang ia miliki. (Ginting et al., 2023) menunjukkan bahwa sebagian Gen Z Indonesia memperlakukan dana dari sumber tertentu (misalnya hadiah atau sisa uang bulanan) sebagai "uang yang layak untuk diuji coba" pada aset berisiko seperti *cryptocurrency*. Ini mencerminkan bahwa keputusan investasi kripto mereka tidak sepenuhnya bersifat strategis, melainkan dibentuk oleh proses internalisasi subjektif terhadap nilai uang. Sementara itu, penelitian oleh (Putra & Halpiah, 2023) menegaskan bahwa persepsi terhadap asal dana turut membentuk pilihan instrumen investasi; misalnya, uang hasil kerja cenderung dialokasikan secara hati-hati, sedangkan dana hibah lebih berani digunakan untuk aset spekulatif. Namun, tidak semua penelitian menemukan pengaruh signifikan antara *Mental Accounting* dan keputusan investasi. Studi oleh (Tang & Asandimitra, 2021) menyimpulkan bahwa *Mental Accounting* tidak secara langsung berpengaruh terhadap keputusan investasi Gen Z, khususnya ketika dibandingkan dengan variabel lain seperti literasi keuangan dan persepsi risiko. Perbedaan hasil ini mengindikasikan perlunya analisis lebih lanjut untuk memahami bagaimana *Mental Accounting* berinteraksi dengan aspek psikologis lainnya dalam pengambilan keputusan investasi kripto.

Dengan mempertimbangkan fenomena tersebut serta adanya gap dalam literatur sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh *Financial Socialization*, *Overconfidence*, dan *Mental Accounting* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z. Diharapkan hasil

dari temuan dalam penelitian ini dapat memperkaya landasan teori sekaligus memberikan panduan aplikatif dalam praktik di lapangan, terutama dalam bidang literasi keuangan dan pengambilan keputusan investasi yang bijak. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjadi langkah awal dalam menjembatani kekosongan penelitian terdahulu dan memperkaya wawasan mengenai faktor-faktor yang membentuk perilaku investasi Generasi Z. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh edukator, regulator, dan pelaku industri keuangan untuk mengembangkan pendekatan yang lebih efektif dalam membangun perilaku investasi yang sehat dan berkelanjutan di kalangan anak muda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, *Financial Socialization*, *overconfidence*, dan *Mental Accounting* menarik untuk diteliti terhadap keputusan berinvestasi di *cryptocurrency* yang mana diantara tiga generasi X, Y, dan Z memiliki tingkat sosialisasi keuangan yang lumayan tinggi tetapi pada generasi Z sendiri menjadi yang terendah. Selain itu, masih banyak kasus trader yang mengalami liquidasi akibat *Overconfidence* dalam melakukan *trading*. Perumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Socialization* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z?
2. Apakah *Overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z?

3. Apakah *Mental Accounting* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di jelaskan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Socialization* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Overconfidence* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Mental Accounting* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku keuangan (*behavioral finance*), dengan fokus pada faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan investasi generasi muda di era digital.
- b. Menambah literatur akademik mengenai investasi *cryptocurrency* dan dinamika pengambilan keputusan finansial di kalangan Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Investor: Diharapkan penelitian ini akan membantu investor membuat keputusan investasi pada aset kripto dan lainnya dan juga

membantu investor dalam menyusun strategi investasi yang lebih rasional.

- b. Bagi pembaca: Diharapkan bahwa penelitian ini, khususnya, akan berfungsi sebagai sumber referensi bagi peneliti berikutnya.

E. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dan batasan pada penelitian ini yaitu sampel diambil dari Generasi Z yang sudah bekerja atau berpenghasilan (tahun kelahiran 1997 - 2012) yang berinvestasi di *cryptocurrency* serta menggunakan 3 variabel independen (*Financial Socialization*, *overconfidence*, dan *mental accounting*), dan 1 variabel dependen (keputusan investasi).

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

METODE PENELITIAN**A. Desain Penelitian**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, yaitu suatu metode yang mengandalkan analisis statistik dalam pengolahan data, sehingga informasi yang dikumpulkan serta temuan yang dihasilkan disajikan dalam bentuk angka atau data numerik (Sahir, 2021). Jenis penelitian ini bersifat eksplanatori, karena dirancang untuk memahami pola hubungan antara variabel dan menjelaskan pengaruh yang mungkin ditimbulkan oleh satu variabel terhadap yang lain.

Penelitian ini menggunakan kedua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui metode survei, yang meliputi wawancara serta distribusi kuesioner kepada responden. Sebaliknya, data sekunder diambil dari sumber-sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel. Dari data tersebut nantinya akan digunakan untuk diuji secara validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan data *cross-sectional*. Studi ini menggunakan individu sebagai unit analisis karena responden yang terlibat merupakan investor *cryptocurrency* pada generasi Z. Pengukuran yang diterapkan dalam penelitian ini tergolong sebagai *first order construct*, karena setiap indikator yang digunakan dapat diobservasi dan diukur secara langsung tanpa memerlukan konstruk turunan tambahan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Indonesia yang menargetkan Investor

Crypto Generasi Z dan tinggal di Indonesia.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Juli 2025 Karena menurut data dari *CompaniesMarketCap*, kapitalisasi pasar *Bitcoin* mencapai US\$2,04 triliun (Dilla, 2025). Nilai ini menempatkan *Bitcoin* di posisi yang lebih tinggi dibandingkan Amazon yang memiliki kapitalisasi pasar sebesar US\$2,03 triliun, serta secara signifikan melampaui Google dengan nilai sekitar US\$1,8 triliun. *Bitcoin* sendiri merupakan salah satu aset koin dari *cryptocurrency*. Selain itu, adanya sentiment mengenai teknologi kecerdasan buatan (*AI*) memiliki potensi besar dalam pasar kripto, khususnya pada sektor *AI Agents* yang diperkirakan akan menjadi tren besar berikutnya, seiring dengan prediksi bahwa tahun 2025 akan menjadi puncak dari *bullrun*. Sehingga penelitian dilakukan pada periode tersebut.

Keterangan	Waktu						
	70 Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
BAB I							
BAB II							
BAB III							
Seminar Proposal							

Revisian pasca seminar proposal							
BAB IV-V							
Sidang Skripsi							

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini mempunyai 4 variabel yang diteliti yakni 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah *Financial Socialization*, *Overconfidence*, dan *Mental Accounting* dengan variabel dependennya adalah keputusan investasi Generasi Z pada *cryptocurrency*.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Financial Socialization (X1) Sosialisasi keuangan merupakan proses di mana seseorang mendapatkan wawasan dan keterampilan yang berperan penting dalam memperbaiki kondisi finansial serta meningkatkan kesejahteraan pribadi (I Gede Adiputra et al., 2024).	a) Keluarga b) Teman c) Sekolah	Skala Likert 1-5
2	Overconfidence (X2) <i>Overconfidence</i> adalah kecenderungan seseorang untuk terlalu yakin pada kemampuan diri serta keyakinan bahwa prediksi dan pengetahuan yang dimilikinya selalu benar (Nurchayati & Perkasa, 2024)	a) <i>Miscalibration</i> b) <i>Better-than-average effect</i> c) <i>Illusion of control</i>	Skala Likert 1-5
3	Mental Accounting (X3) <i>Mental Accounting</i> adalah proses kognitif yang dikenal sebagai akuntansi mental dan digunakan oleh orang-orang untuk merencanakan, menilai, dan menjaga aliran aktifitas	a) Mental Budgeting b) Pengelompokan Pilihan (Framing) c) Pengendalian diri (<i>Self control</i>)	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	keuangan tetap terkendali (I Gede Adiputra et al., 2024).	d) Evaluasi keuangan	
4	Keputusan Investasi (Y1) Keputusan investasi merupakan proses penempatan modal dengan tujuan memperoleh keuntungan di waktu yang akan datang (I Gede Adiputra et al., 2024).	a) Return b) Risiko c) Hubungan antara return dan risiko d) Tujuan	Skala Likert 1-5

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan individu, kasus, atau objek yang menjadi target untuk dijadikan dasar generalisasi dalam sebuah penelitian (Swarjana, 2022). Populasi dalam penelitian ini terdiri dari Generasi Z di Indonesia yang secara aktif berinvestasi pada mata uang kripto atau *cryptocurrency*.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari populasi yang dipilih menggunakan metode sampling dalam suatu penelitian (Swarjana, 2022). Penelitian ini menerapkan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampelnya. Menurut (Paramita et al., 2021), metode ini memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk secara sengaja memilih responden yang dianggap paling relevan dan sesuai dengan tujuan studi. Peneliti menggunakan metode *Non Probability Sampling*, yaitu cara memilih sampel tanpa menggunakan peluang acak, melainkan berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dilakukan pada penelitian ini berupa:

1. Generasi Z yang berpenghasilan

2. Investor *Crypto* (minimal telah melakukan 5 kali transaksi pembelian *cryptocurrency*).
3. Bertempat tinggal di Indonesia.
4. Investor yang sudah mendapatkan atau mengikuti sosialisasi keuangan minimal 1 kali.

Penelitian ini merujuk pada pendekatan yang dikemukakan oleh Hair et al. (2017), yang menyarankan bahwa ukuran sampel ditentukan berdasarkan jumlah indikator, yaitu antara 5 hingga 10 kali lipat dari total indikator. Dengan demikian, dari 29 indikator yang digunakan, jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 290 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menjadi tahap krusial dalam penelitian karena data merupakan komponen utama yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui survei secara online menggunakan tautan *Google Form*. Kuesioner tersebut disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial, termasuk *Discord*, *Telegram*, *WhatsApp*, *TikTok*, dan *Instagram*. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang menggunakan skala *likert lima poin* sebagai alat ukur. Setiap variabel diwakili oleh beberapa indikator yang dinilai berdasarkan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Tabel 3 2 Skala Likert

NO	Skala Jawaban	Kode	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: (Paramita et al., 2021)

⁵¹ F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, ³⁶ analisis data dilakukan menggunakan Teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS). Proses analisis tersebut dibantu oleh perangkat lunak SmartPLS versi 4. ¹²² SmartPLS merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan analisis statistik, khususnya dalam konteks penelitian ilmiah di bidang ilmu sosial dan manajemen (Iba & Wardhana, 2024). Aplikasi ini memungkinkan peneliti untuk menerapkan *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-PM), guna mengkaji ¹²⁸ hubungan antara variabel bebas, variabel terikat, serta variabel *intervening*. Smart-PLS sangat membantu dalam menganalisis model yang kompleks, dengan tujuan untuk memahami sejauh mana ⁹⁷ hubungan antar variabel dan besarnya pengaruh yang diberikan terhadap variabel lainnya dalam model. Analisis PLS sendiri mencakup tiga tahap utama, yaitu analisis *inner model*, *outer model*, dan pengujian hipotesis, yang semuanya bertujuan menghasilkan temuan yang signifikan. ¹¹²

Alasan menggunakan SEM-PLS menurut (Setiabudhi et al., 2025):

- a. PLS tidak sensitif terhadap kekurangan data dan tetap dapat digunakan meskipun ukuran sampel relatif kecil. Namun, penggunaan sampel yang lebih besar akan meningkatkan akurasi estimasi.
- b. Metode PLS tidak mensyaratkan asumsi distribusi data normal karena termasuk dalam kategori statistik non-parametrik.
- c. Jenis skala pengukuran yang dapat digunakan meliputi skala metrik (rasio dan interval), skala kuasi-metrik (ordinal), maupun skala biner (nominal).
- d. PLS memungkinkan integrasi antara model pengukuran reflektif dan formatif secara bersamaan.
- e. Metode ini mampu menangani model yang kompleks dengan banyak hubungan dalam struktur model.
- f. PLS dapat diterapkan untuk keperluan prediktif.
- g. Hasil analisis PLS dapat dijadikan sebagai input untuk analisis lanjutan.
- h. Metode ini memiliki tingkat kekuatan statistik yang tinggi (high statistical power).

13

1. Analisis Deskriptif

Statistika deskriptif adalah metode analisis statistik yang dipakai untuk menyajikan gambaran umum atau rangkuman dari data yang telah dikumpulkan (Sudirman et al., 2023). Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk menyusun serta merangkum data secara sistematis sehingga dapat mempermudah proses pemahaman dan interpretasi. Dengan begitu,

analisis statistik deskriptif kuantitatif melibatkan berbagai teknik, seperti pengukuran pusat data yang meliputi rata-rata (*mean*), median (nilai tengah), serta *modus* (nilai yang paling sering muncul). Dalam analisis statistik deskriptif, peneliti menyajikan data demografis responden berdasarkan beberapa kategori, antara lain jenis kelamin, rentang usia, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Pada uji validitas dilakukan guna menilai apakah suatu variabel dapat dikategorikan sebagai variabel yang sah (Hair et al., 2017). Validitas sendiri menggambarkan sejauh mana suatu instrumen mampu mencerminkan kebenaran dari data yang diukur. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur secara tepat aspek atau konstruk yang dimaksudkan.

1) Uji Convergent Validity

Validitas Validitas konvergen mengacu pada tingkat di mana suatu alat ukur menunjukkan korelasi positif dengan instrumen lain yang mengukur konstruk yang sama (Hair et al., 2017). Evaluasi terhadap validitas ini dilakukan dengan meninjau nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Secara ideal, nilai *loading factor* berada pada angka minimum 0,70, meskipun nilai sebesar 0,60 masih dapat ditoleransi jika model penelitian berada

pada tahap awal pengembangan (Hair et al., 2017). Nilai AVE yang disarankan yaitu berada di atas 0,50 (Hair et al., 2017).

2) Uji Discriminant Validity

Validitas diskriminan yaitu prosedur penting dalam pengujian model pengukuran yang bertujuan untuk menilai apakah setiap indikator yang digunakan dalam suatu konstruk benar-benar membedakan konstruk tersebut dari konstruk lainnya dalam model. Pada uji validitas diskriminan dapat dilakukan dengan melihat nilai **cross loading**, di mana indikator dikatakan valid apabila nilai loading terhadap konstruk asalnya lebih besar dari 0,70 dan juga lebih tinggi dibandingkan nilai loading terhadap konstruk lain (Hair et al., 2017).

Dalam pengembangan terbaru, pengukuran validitas diskriminan yang paling direkomendasikan adalah menggunakan pendekatan **Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)**. Menurut (Hair et al., 2017) HTMT dianggap lebih sensitif dan akurat dalam mendeteksi adanya masalah diskriminan antara konstruk. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai HTMT-nya kurang dari 0,90. Dengan demikian, suatu model dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang memadai apabila setiap indikator memperoleh nilai yang lebih tinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan nilai terhadap konstruk lain.

3. Uji Reliabilitas

Menurut (Hair et al., 2017), menyatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk menilai tingkat konsistensi indikator-indikator dalam mengukur variabel laten atau konstruk yang dimaksud. Uji ini menilai keakuratan, konsistensi, dan stabilitas instrumen pengukuran. Reliabilitas diuji dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

Kriteria yang digunakan antara lain:

- a. *Cronbach's Alpha*: Nilai minimum yang disarankan adalah $> 0,70$ untuk penelitian konfirmatori. Untuk penelitian eksploratori, nilai $> 0,60$ masih dapat diterima.
- b. *Composite Reliability*: Disarankan nilainya lebih dari 0,70 untuk penelitian konfirmatori. Namun, untuk penelitian eksploratori, nilai antara 0,60 hingga 0,70 dianggap cukup memadai.

4. Uji Model

- a. *Goodness Of Fit (GoF)*
Goodness of Fit (GoF) merupakan indikator penting yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model pengukuran dan model struktural secara keseluruhan mampu merepresentasikan data secara tepat dan konsisten (Rahadi, 2023). Nilai GoF dihitung dengan mengambil akar kuadrat dari hasil perkalian antara rata-rata nilai komunalitas dan rata-rata koefisien determinasi (R^2). Skala GoF berada pada rentang 0 hingga 1, dengan interpretasi sebagai berikut: nilai 0,10 menunjukkan tingkat kecocokan yang rendah,

nilai 0,25 menunjukkan tingkat kecocokan yang moderat, dan nilai 0,36 menunjukkan tingkat kecocokan yang tinggi.

b. *Adjusted R-Square*

Menurut (Ghozali, 2018), *adjusted R-squared* berfungsi sebagai alat untuk menganalisis sejauh mana variabel bebas dapat mempengaruhi variasi pada variabel terikat. *Adjusted R-squared* merupakan nilai yang berada dalam kisaran 0 hingga 1, di mana semakin mendekati angka 1 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang tinggi dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 mengindikasikan bahwa daya prediksi variabel independen sangat lemah. Apabila *adjusted R-squared* bernilai nol, maka interpretasi terhadap hubungan antar variabel didasarkan pada nilai *R-squared* (R^2) sebagai acuan.

5. **Uji Hipotesis**

Uji hipotesis atau uji statistik adalah proses pengujian terhadap suatu pernyataan yang kebenarannya belum dapat dipastikan. Proses pengujian hipotesis dilakukan melalui perbandingan antara nilai *t*-statistik dan *p*-value hasil dari proses bootstrapping. Apabila nilai *t*-statistic lebih besar dari 1,96 atau nilai *p*-value berada di bawah 0,05, maka hubungan antara variabel yang diuji dinyatakan signifikan secara statistik. Sebaliknya, jika nilai *t*-statistic kurang dari 1,96 atau *p*-value melebihi 0,05, maka hubungan tersebut tidak dianggap signifikan secara statistik (Hair et al., 2017).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Indonesia dengan sasaran responden dari kalangan Generasi Z (kelahiran tahun 1997–2012) yang telah memiliki penghasilan dan pernah berinvestasi dalam instrumen *cryptocurrency*. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dalam format *Google Form* yang didistribusikan secara daring melalui berbagai platform media sosial, seperti *Telegram*, *Discord*, dan *WhatsApp*, dengan tujuan untuk menjangkau responden dari kalangan investor *cryptocurrency* yang termasuk dalam kelompok Generasi Z.

2. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil isian kuesioner Google Formulir yang telah disebarakan secara daring. Jumlah responden yang mengisi kuesioner sebanyak 281 orang, namun hanya 266 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang terkumpul akan disajikan berdasarkan klasifikasi jenis kelamin, rentang usia, tempat tinggal, jenis pekerjaan, dan tingkat pendapatan responden.

a. Gender

Hasil data yang telah dikumpulkan dari kuesioner dengan responden berdasarkan gender sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Data Gender

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil analisis data menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini terdiri atas dua kategori jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.1, diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 43%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 57% dari total keseluruhan responden. Proporsi tersebut mengindikasikan bahwa partisipasi responden perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki dalam penelitian ini. Kondisi ini dapat memberikan implikasi bahwa interpretasi hasil penelitian cenderung lebih merepresentasikan pandangan dan perilaku kelompok responden perempuan, meskipun keterlibatan responden laki-laki tetap memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keseluruhan temuan penelitian.

b. Usia

Hasil data yang telah dikumpulkan dari kuesioner dengan responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.1 Data Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
20	7	2.60%
21	10	3.80%
22	18	6.80%
23	33	12.40%
24	37	13.90%
25	69	25.90%
26	50	18.80%
27	42	15.80%
Total	266	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil Berdasarkan Tabel 4.2, responden penelitian ini terbagi ke dalam tiga kelompok usia, yaitu 20–22 tahun, 23–25 tahun, dan 26–28 tahun. Kelompok usia 20–22 tahun memiliki jumlah responden sebanyak 84 orang atau 31,58% dari total keseluruhan responden. Proporsi ini menunjukkan keterlibatan yang cukup besar dari individu yang umumnya masih berada pada tahap akhir pendidikan tinggi atau awal memasuki dunia kerja. Kelompok ini cenderung memiliki antusiasme tinggi terhadap instrumen investasi baru seperti *cryptocurrency*, meskipun pengalaman investasi mereka masih terbatas. Kelompok usia 23–25 tahun merupakan kategori dengan jumlah responden terbanyak, yaitu 124 orang atau 46,62%. Dominasi kelompok ini dapat dikaitkan dengan posisi mereka yang sudah mulai stabil secara finansial, namun tetap berada pada rentang usia muda dengan tingkat literasi digital yang tinggi. Karakteristik ini menjadikan mereka segmen yang paling potensial dalam adopsi *cryptocurrency*, karena mereka memiliki keseimbangan antara kemampuan mengakses modal, kemauan

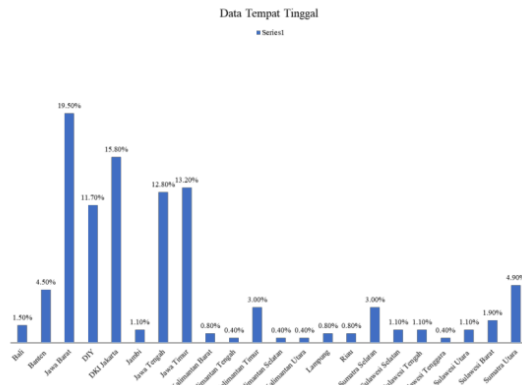
mengambil risiko, dan minat mengeksplorasi teknologi keuangan terbaru.

Sementara itu, kelompok usia 26–28 tahun berjumlah 58 orang atau 21,80% dari total responden. Responden dalam kategori ini umumnya berada pada tahap karier yang lebih mapan dibandingkan kelompok usia sebelumnya, sehingga memiliki kapasitas finansial yang lebih besar untuk berinvestasi. Namun, proporsinya yang lebih rendah dibandingkan dua kelompok lainnya dapat mencerminkan adanya pergeseran preferensi investasi pada usia ini, di mana sebagian mungkin mulai mempertimbangkan instrumen yang lebih stabil di samping investasi berisiko tinggi seperti *cryptocurrency*.

Secara keseluruhan, distribusi ⁹⁴ ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 23–25 tahun, yang merupakan bagian inti dari Generasi Z. Hal ini relevan dengan fokus penelitian yang menitikberatkan pada pengaruh *Financial Socialization*, *Overconfidence*, dan *Mental Accounting* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* di kalangan generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi keuangan digital.

c. Tempat Tinggal / Domisili

Hasil data yang telah dikumpulkan dari kuesioner dengan responden berdasarkan tempat tinggal sebagai berikut:



Gambar 4. 2 Data Tempat Tinggal

61

Sumber: Data diolah (2025)

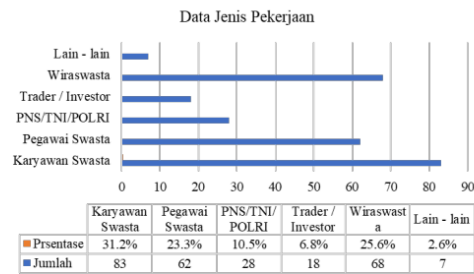
Berdasarkan Gambar 4.3, responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai provinsi di Indonesia dengan distribusi yang beragam. Provinsi dengan jumlah responden terbanyak adalah Jawa Barat, yang mencakup 19,50% dari total responden. Persentase ini menunjukkan konsentrasi partisipan yang tinggi di wilayah tersebut, yang kemungkinan dipengaruhi oleh besarnya populasi, tingkat penetrasi internet yang luas, serta minat generasi muda di daerah tersebut terhadap instrumen investasi digital. Posisi kedua ditempati oleh DKI Jakarta dengan 15,80% responden, diikuti oleh Jawa Tengah sebesar 12,80%, dan Jawa Timur sebesar 13,20%. Keempat provinsi ini menyumbang mayoritas responden, yang secara keseluruhan merepresentasikan 61,30% dari total partisipan. Tingginya proporsi dari wilayah-wilayah

ini selaras dengan karakteristik daerah yang memiliki pusat kegiatan ekonomi, tingkat literasi digital tinggi, dan akses teknologi keuangan yang memadai. Provinsi lain dengan kontribusi responden yang cukup signifikan adalah Banten (4,50%), Sumatera Utara (4,90%), dan Riau (3,00%). Sementara itu, provinsi seperti Jambi (1,10%), Kalimantan Timur (3,00%), serta beberapa wilayah lainnya seperti Lampung, Sulawesi Selatan, dan Sulawesi Tengah masing-masing memiliki persentase di bawah 3%.

Sebaran responden yang mencakup wilayah di Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, hingga Bali menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki representasi geografis yang cukup luas. Meskipun mayoritas responden berasal dari Pulau Jawa, partisipasi dari berbagai provinsi lain memberikan kontribusi penting dalam menggambarkan keragaman latar belakang responden, sehingga hasil penelitian dapat memiliki relevansi yang lebih luas terhadap perilaku investasi *cryptocurrency* di Indonesia.

d. Jenis Pekerjaan

Hasil data yang telah dikumpulkan dari kuesioner dengan responden berdasarkan jenis pekerjaan sebagai berikut:



Gambar 4.3 Data Jenis Pekerjaan

5

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan Gambar 4.3, responden penelitian ini memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam. Kategori dengan jumlah responden terbesar adalah karyawan swasta, yang mencapai 83 orang atau 31,2% dari total responden. Tingginya proporsi pada kategori ini dapat disebabkan oleh karakteristik pekerjaan yang memberikan pendapatan tetap, namun tetap memungkinkan responden untuk mengalokasikan sebagian penghasilan pada instrumen investasi berisiko seperti *cryptocurrency*. Kategori berikutnya adalah pegawai swasta dengan 62 orang (23,3%) dan wiraswasta sebanyak 68 orang (25,6%). Pegawai swasta umumnya memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik melalui pengalaman kerja di sektor formal, sedangkan wiraswasta memiliki fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan, yang memungkinkan mereka mengambil keputusan investasi secara mandiri. Persentase wiraswasta yang tinggi juga dapat mengindikasikan bahwa minat terhadap *cryptocurrency* tidak terbatas pada sektor formal saja.

Sementara itu, kategori PNS/TNI/POLRI tercatat sebanyak 28 orang atau 10,5% dari total responden. Kelompok ini umumnya memiliki pendapatan yang stabil dan pola pengelolaan keuangan yang cenderung konservatif, sehingga persentasenya relatif lebih kecil dibandingkan sektor swasta. Kategori *trader* atau investor khususnya, berjumlah 18 orang (6,8%), yang kemungkinan besar memiliki motivasi kuat untuk berinvestasi di *cryptocurrency* sebagai bagian dari strategi portofolio mereka. Adapun kategori lain-lain mencakup 7 orang (2,6%), yang meliputi pekerjaan dengan jumlah responden sangat terbatas dan tidak termasuk dalam klasifikasi utama penelitian ini.

Secara umum, distribusi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari sektor swasta, baik sebagai karyawan maupun pegawai, disusul oleh wiraswasta. Hal ini mengindikasikan bahwa penelitian ini banyak merepresentasikan individu yang berada pada usia produktif dengan penghasilan tetap atau fleksibel, sehingga memiliki potensi besar dalam aktivitas investasi *cryptocurrency*.

e. Jumlah Pendapatan

Hasil data yang telah dikumpulkan dari kuesioner dengan responden berdasarkan jumlah pendapatan sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Jumlah Pendapatan

Jumlah Pendapatan	Jumlah	Prsentase
> Rp500.000	1	0.40%
Rp1.000.000 - Rp2.000.000	19	7.10%
Rp2.000.000 - Rp5.000.000	134	50.40%
Rp5.000.000 - Rp10.000.000	90	33.80%
> Rp10.000.000	22	8.30%
Total	266	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.5, mayoritas responden memiliki pendapatan bulanan pada kisaran Rp2.000.000 – Rp5.000.000, yaitu sebanyak 134 orang atau 50,4% dari total responden. Kisaran pendapatan ini mencerminkan kelompok masyarakat kelas menengah yang umumnya memiliki ruang untuk melakukan investasi setelah memenuhi kebutuhan pokok. Kategori pendapatan terbesar berikutnya adalah Rp5.000.000 – Rp10.000.000 dengan jumlah 90 orang (33,8%). Responden pada kelompok ini memiliki potensi daya beli dan kapasitas investasi yang lebih tinggi, sehingga cenderung lebih leluasa dalam mengalokasikan dana untuk instrumen berisiko seperti *cryptocurrency*.

Selanjutnya, responden dengan pendapatan > Rp10.000.000 berjumlah 22 orang (8,3%). Walaupun jumlahnya relatif kecil, kelompok ini termasuk segmen dengan potensi investasi yang signifikan karena memiliki kelebihan modal yang dapat digunakan untuk diversifikasi portofolio. Responden dengan pendapatan Rp1.000.000 – Rp2.000.000 tercatat sebanyak 19 orang (7,1%), yang kemungkinan besar berinvestasi dalam jumlah kecil atau menggunakan strategi investasi jangka panjang dengan modal terbatas. Adapun kategori

dengan jumlah paling sedikit adalah \leq Rp500.000, hanya 1 orang (0,4%), yang dapat diasumsikan memiliki keterbatasan dalam melakukan aktivitas investasi secara rutin.

Secara keseluruhan, distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori pendapatan menengah ke bawah hingga menengah ke atas, yang secara ekonomi memiliki peluang untuk terlibat dalam investasi *cryptocurrency*, baik dalam skala kecil maupun menengah.

3. Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel bebas meliputi: *Financial Socialization*, *overconfidence*, dan *mental accounting*. Sedangkan variabel terikat penelitian ini yaitu keputusan investasi. Keempat variabel tersebut diukur menggunakan first order, dimana melakukan satu kali pengujian tanpa adanya dimensi diantara masing – masing variabel. Deskriptif data dalam penelitian ini mencakup rincian setiap item pertanyaan, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), serta standar deviasi. Pada penelitian, standar deviasi atau simpangan baku merupakan nilai yang menunjukkan seberapa jauh/luas penyimpangan atau penyebaran nilai data dari nilai rata – rata (*mean*).

Tabel 4. 3 Data Analisis Deskriptif

Varabel	Butir Pertanyaan	89 Mean	Median	Scale min	Scale max	Standard deviation
X1.1	Saya memperoleh informasi dan ketrampilan keuangan dari keluarga saya.	3.568	4	1	5	1.356
X1.2	Saya memperoleh informasi dan ketrampilan keuangan dari teman.	3.526	4	1	5	1.444
X1.3	Saya memperoleh informasi dan keterampilan keuangan dari latar belakang pendidikan saya (formal maupun non-formal).	3.477	4	1	5	1.409
X2.1	Saya melakukan investasi <i>crypto</i> yang lebih berisiko untuk mendapatkan keuntungan maksimal.	3.549	4	1	5	1.295
X2.2	Saya merasa memiliki kualifikasi untuk membuat keputusan investasi <i>crypto</i> .	3.496	4	1	5	1.472
X2.3	Saya merasa dapat memprediksi harga <i>crypto</i> di masa depan lebih baik daripada investor lain.	3.429	4	1	5	1.367
X2.4	Saya percaya diri dengan kemampuan saya dalam memilih koin <i>crypto</i> yang lebih baik dibandingkan investor lain.	3.564	4	1	5	1.337
X2.5	Koin <i>crypto</i> yang saya sukai cukup baik untuk investasi jangka panjang.	3.541	4	1	5	1.454
X3.1	Saya melakukan investasi <i>crypto</i> yang lebih berisiko untuk mendapatkan keuntungan maksimal.	3.665	4	1	5	1.364
X3.2	Saya merasa memiliki kualifikasi untuk membuat keputusan investasi <i>crypto</i> .	3.575	4	1	5	1.383
X3.3	Saya merasa dapat memprediksi harga <i>crypto</i> di masa depan lebih baik daripada investor lain.	3.575	4	1	5	1.389
X3.4	Saya percaya diri dengan kemampuan saya dalam memilih koin <i>crypto</i> yang lebih baik dibandingkan investor lain.	3.639	4	1	5	1.376
X3.5	Koin <i>crypto</i> yang saya sukai cukup baik untuk investasi jangka panjang.	3.474	4	1	5	1.369
X3.6	Saya mengatorkan pendapatan berdasarkan sumber pendapatan.	3.568	4	1	5	1.367
Y1.1	Saya berinvestasi <i>crypto</i> untuk memenuhi kebutuhan darurat.	3.741	4	1	5	1.342
Y1.2	Saya yakin saya dapat menyelesaikan masalah investasi <i>crypto</i> yang saya buat sendiri.	3.68	4	1	5	1.268
Y1.3	Investasi <i>crypto</i> merupakan investasi yang signifikan untuk dilakukan.	3.635	4	1	5	1.332
Y1.4	Berinvestasi di pasar <i>crypto</i> sangat menguntungkan.	3.857	4	1	5	1.347
Y1.5	Saya memiliki rencana investasi <i>crypto</i> , baik jangka pendek maupun jangka panjang.	3.714	4	1	5	1.338
Y1.6	Saya mempelajari terlebih dahulu risiko yang akan diterima sebelum membuat pilihan investasi <i>crypto</i> .	3.662	4	1	5	1.414
Y1.7	Investasi <i>crypto</i> adalah perlindungan dari inflasi.	3.711	4	1	5	1.313
Y1.8	Saya berinvestasi <i>crypto</i> untuk memenuhi kebutuhan masa depan.	3.737	4	1	5	1.303
Y1.9	Saya akan mencari hasil yang paling menguntungkan dari investasi <i>crypto</i> yang ada.	3.714	4	1	5	1.321
Y1.10	Hasil keputusan investasi <i>crypto</i> saya didasarkan pada tujuan investasi saya.	3.752	4	1	5	1.309
Y1.11	Tingkat pengembalian dan risiko yang diharapkan didasarkan pada pertimbangan lamanya jangka waktu investasi <i>crypto</i> .	3.658	4	1	5	1.3
Y1.12	Saya tahu kapan saya harus membeli atau menjual suatu investasi <i>crypto</i> .	3.741	4	1	5	1.362

Sumber: Data diolah (2025)

Tabel 4. 4 Data Rata - Rata Variabel

Descriptive Statistic					
Variabel	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Standar Deviasi
<i>Financial Socialization</i>	266	1	5	3.524	1.403
<i>Overconfidence</i>	266	1	5	3.516	1.385
<i>Mental Accounting</i>	266	1	5	3.583	1.375
Keputusan Investasi	266	1	5	3.717	1.329

¹²
Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 266 responden dengan skala Likert 1–5, diperoleh bahwa variabel Keputusan Investasi memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,717 (kategori tinggi). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki keterlibatan aktif dan keyakinan yang cukup baik dalam menentukan strategi investasi *cryptocurrency*, mulai dari pemilihan aset, penentuan waktu transaksi, hingga pengelolaan risiko. Dalam perspektif *behavioral finance*, hal ini mencerminkan bahwa perilaku pengambilan keputusan tidak semata-mata didasarkan pada rasionalitas penuh sebagaimana diasumsikan teori keuangan klasik, namun juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, pengalaman, dan persepsi risiko. Variabel *Mental Accounting* menempati posisi kedua dengan rata-rata 3,583 (kategori sedang mendekati tinggi). Berdasarkan teori *behavioral finance*, *Mental Accounting* adalah salah satu bias kognitif di mana individu cenderung memisahkan uang ke dalam "akun mental" yang berbeda untuk tujuan tertentu. Dalam konteks *cryptocurrency*, responden cenderung mengalokasikan dana khusus untuk investasi digital

dengan pertimbangan risiko dan tujuan tertentu, meskipun secara ekonomi keseluruhan dana tersebut bersifat fungible.

Variabel *Financial Socialization* memperoleh rata-rata 3,524 (kategori sedang), yang menunjukkan bahwa responden memperoleh pengetahuan dan informasi keuangan melalui interaksi sosial, baik dari keluarga, teman, komunitas, maupun media. Menurut *behavioral finance*, proses sosialisasi keuangan ini mempengaruhi kerangka berpikir, tingkat literasi, serta kecenderungan dalam mengambil risiko investasi, termasuk pada aset berisiko tinggi seperti *crypto*. Variabel *Overconfidence* memiliki rata-rata 3,516 (kategori sedang), yang menunjukkan tingkat kepercayaan diri responden dalam membuat keputusan investasi cukup tinggi. Dalam teori *behavioral finance*, *Overconfidence* dapat mendorong investor untuk melakukan transaksi lebih sering atau mengambil risiko lebih besar karena merasa pengetahuan atau prediksi mereka lebih akurat dibandingkan kenyataan. Meski demikian, pada penelitian ini, tingkat *Overconfidence* responden tidak berada pada kategori sangat tinggi, sehingga potensi bias berlebihan masih relatif terkendali.

Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa perilaku investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara faktor psikologis (*Overconfidence*, *mental accounting*) dan faktor sosial (*Financial Socialization*), yang sesuai dengan pandangan *behavioral finance* bahwa investor nyata tidak selalu rasional sepenuhnya, melainkan membawa bias dan emosi dalam proses pengambilan keputusan.

B. Analisa Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Pada uji instrument penelitian terdapat uji uji validitas dan reliabilitas. Berikut merupakan hasil uji menggunakan *software* SmartPLS versi 4.1.0.8.

a. Uji Validitas

1) Uji *Convergent Validity*

Convergent validity atau Validitas konvergen dianggap tercapai apabila nilai AVE melebihi 0,5 dan setiap indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk yang diuji memiliki tingkat validitas konvergen yang baik atau memadai.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

2) Nilai Loading Factor

Tabel 4. 5 Loading Factor

Vaiabel	X1	X2	X3	Y	Kec. Jangnan
X1.1	0.915				Valid
X1.2	0.906				Valid
X1.3	0.906				Valid
X2.1		0.884			Valid
X2.2		0.9			Valid
X2.3		0.884			Valid
X2.4		0.894			Valid
X2.5		0.917			Valid
X3.1			0.913		Valid
X3.2			0.889		Valid
X3.3			0.893		Valid
X3.4			0.902		Valid
X3.5			0.893		Valid
X3.6			0.908		Valid
Y1.1				0.874	Valid
Y1.2				0.891	Valid
Y1.3				0.864	Valid
Y1.4				0.891	Valid
Y1.5				0.894	Valid
Y1.6				0.892	Valid
Y1.7				0.868	Valid
Y1.8				0.879	Valid
Y1.9				0.887	Valid
Y1.10				0.886	Valid
Y1.11				0.88	Valid
Y1.12				0.908	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

Menurut Hair et al. (2014), validitas konvergen dianggap memadai apabila memenuhi dua kriteria utama yaitu Outer Loading $\geq 0,70$ dan Average Variance Extracted (AVE) $\geq 0,50$. Berdasarkan hasil uji pada table keseluruhan indikator untuk variabel *Financial Socialization*, *overconvidence*, *mental accounting*, dan keputusan investasi memiliki nilai loading factor $> 0,70$. Dengan demikian, indikator pembentuk konstruk keempat variabel tersebut valid.

3) Nilai *Average Variance Inflation Factor* (AVE)

Tabel 4. 6 *Average Variance Inflation Factor* (AVE)

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
FS	0.895	0.895	0.934	0.826
OC	0.939	0.94	0.953	0.803
MA	0.953	0.954	0.962	0.81
KI	0.975	0.975	0.977	0.782

Sumber: Data diolah (2025)

Dalam pengujian validitas konvergen, suatu konstruk variabel dianggap valid jika nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang dihasilkan melebihi 0,50 (Hair et al., 2019). Pada hasil uji yang dilakukan, diperoleh bahwa nilai AVE pada masing-masing konstruk memiliki angka lebih besar dari 0,50. Dengan demikian, keenam konstruk yang diuji termasuk dalam kategori valid.

Selain itu, apabila ditinjau dari hasil uji terhadap nilai *loading factor* serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE), maka dapat dinyatakan bahwa seluruh konstruk dalam model telah memenuhi syarat validitas konvergen. Artinya indikator-indikator yang digunakan telah mampu merefleksikan konstruk yang diukur secara memadai.

4) Validitas Diskriminan

Cara untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan melihat nilai *cross loading* dan menggunakan pendekatan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT).

a) Nilai *cross loading*

Tabel 4. 7 *Cross Loading*

	FS	OC	MA	KI	Keterangan
FS1	0.915	0.124	0.259	0.335	Valid
FS2	0.906	0.217	0.219	0.324	Valid
FS3	0.906	0.199	0.234	0.325	Valid
OC1	0.173	0.884	0.222	0.317	Valid
OC2	0.15	0.9	0.236	0.338	Valid
OC3	0.175	0.884	0.255	0.369	Valid
OC4	0.207	0.894	0.246	0.34	Valid
OC5	0.179	0.917	0.262	0.36	Valid
MA1	0.213	0.265	0.913	0.392	Valid
MA2	0.216	0.263	0.889	0.343	Valid
MA3	0.229	0.232	0.893	0.382	Valid
MA4	0.19	0.238	0.902	0.405	Valid
MA5	0.29	0.239	0.893	0.402	Valid
MA6	0.271	0.241	0.908	0.396	Valid
KI1	0.319	0.351	0.396	0.874	Valid
KI2	0.352	0.371	0.385	0.891	Valid
KI3	0.341	0.332	0.374	0.864	Valid
KI4	0.308	0.354	0.336	0.891	Valid
KI5	0.3	0.336	0.41	0.894	Valid
KI6	0.323	0.366	0.364	0.892	Valid
KI7	0.292	0.32	0.377	0.868	Valid
KI8	0.312	0.349	0.38	0.879	Valid
KI9	0.32	0.329	0.389	0.887	Valid
KI10	0.313	0.316	0.398	0.886	Valid
KI11	0.312	0.324	0.389	0.88	Valid
KI12	0.335	0.344	0.374	0.908	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

57

Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan dengan metode cross loading, seluruh indikator pada variabel penelitian ini memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya sendiri dengan kisaran 0,864 – 0,917, dan nilainya

lebih besar ³³ dibandingkan loading terhadap konstruk lain.

Menurut Hair et al. (2019), indikator dapat dinyatakan valid secara diskriminan apabila nilai loading terhadap konstruksya lebih besar dari 0,70 dan lebih tinggi dibandingkan terhadap konstruk lainnya. Pada variabel *Financial Socialization* (FS), indikator FS1–FS3 memiliki nilai loading tinggi (0,906 – 0,915) pada konstruk FS, melebihi korelasi terhadap konstruk lain (0,124–0,335). Hal serupa terlihat pada variabel *Overconfidence* (OC), di mana indikator OC1–OC5 memiliki loading (0,884 – 0,917) pada konstruk OC yang lebih tinggi daripada pada konstruk lain (0,102–0,311). Variabel *Mental Accounting* (MA) juga menunjukkan konsistensi, dengan indikator MA1–MA6 memiliki loading (0,889 – 0,913) pada konstruk MA, lebih besar dibandingkan pada konstruk lain (0,103–0,290). Sementara itu, pada variabel Keputusan Investasi (KI), seluruh indikator KI1–KI12 memiliki loading (0,864 – 0,908) pada konstruk KI dan lebih tinggi dibandingkan pada konstruk lainnya (0,097–0,344).

²⁹ Dengan demikian, seluruh indikator dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas diskriminan dan konstruk dapat dibedakan dengan jelas.

Berdasarkan hasil analisis hubungan antarvariabel, *Financial Socialization*, *Overconfidence*, dan *Mental Accounting* terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

Cryptocurrency pada Generasi Z. *Financial Socialization*, yang mencakup proses pembentukan perilaku dan pemahaman keuangan melalui pengaruh keluarga, teman sebaya, media, dan komunitas (Gudmunson & Danes, 2011), mendorong Gen Z untuk mengadopsi kebiasaan investasi tertentu, termasuk dalam aset berisiko seperti *cryptocurrency*. Dalam kerangka behavioral finance, faktor sosial ini dapat memengaruhi bias kognitif dan persepsi risiko investor, sehingga individu yang terpapar informasi positif cenderung lebih berani mengambil keputusan investasi.

Overconfidence, yang diartikan sebagai keyakinan berlebih terhadap pengetahuan dan kemampuan analisis (Barber & Odean, 2001), mendorong investor untuk lebih sering melakukan transaksi, mengambil risiko yang lebih besar, dan mengabaikan sebagian informasi fundamental. Dalam perspektif behavioral finance, bias ini dapat memunculkan optimism bias yang meningkatkan kecenderungan melakukan investasi spekulatif pada aset dengan volatilitas tinggi seperti *cryptocurrency*.

Sementara itu, mental accounting, yaitu kecenderungan mengelompokkan dana ke dalam akun mental terpisah berdasarkan tujuan atau sumbernya (Thaler, 1999), memengaruhi cara Gen Z mengelola dana investasi *crypto*.

Investor yang menetapkan dana khusus untuk *crypto* dapat membatasi kerugian hanya pada dana tersebut, namun alokasi yang terlalu besar pada akun mental tersebut dapat meningkatkan risiko kerugian signifikan. Fenomena ini selaras dengan konsep framing effect dalam behavioral finance, di mana cara pengalokasian dana memengaruhi tingkat toleransi risiko.

Secara keseluruhan, keputusan investasi *cryptocurrency* pada Gen Z tidak semata-mata didorong oleh pertimbangan rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor sosial, bias psikologis, dan strategi pengelolaan keuangan yang bersifat subjektif. Hal ini sejalan dengan pandangan behavioral finance yang menekankan bahwa perilaku investor sering kali menyimpang dari asumsi rasionalitas penuh karena adanya pengaruh emosi, norma sosial, dan bias kognitif.

b) Nilai *HTMT*

Uji validitas diskriminan yang terakhir adalah dengan melihat nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).

Tabel 4. 8 *HTMT*

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
KI <-> FS	0.386
MA <-> FS	0.282
MA <-> KI	0.446
OC <-> FS	0.216
OC <-> KI	0.402
OC <-> MA	0.289

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil pengujian *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) pada Tabel 4.8, seluruh nilai hubungan antar konstruk menunjukkan angka yang berada di bawah ambang batas 0,90 sesuai kriteria Hair et al. (2017). Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing konstruk dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik, artinya setiap variabel mampu mengukur konsep yang berbeda secara jelas dan tidak terjadi tumpang tindih pengukuran. Nilai HTMT antara Keputusan Investasi (KI) dan *Financial Socialization* (FS) adalah 0,386, menunjukkan adanya hubungan yang moderat namun tetap terpisah secara konsep. Hubungan antara *Mental Accounting* (MA) dan *Financial Socialization* (FS) tercatat sebesar 0,282, yang mengindikasikan korelasi rendah dan memperkuat perbedaan konseptual antar kedua variabel. Nilai tertinggi dalam hasil pengujian HTMT adalah hubungan antara MA dan KI sebesar 0,446, yang meskipun lebih tinggi dibanding pasangan lainnya, tetap jauh di bawah batas 0,90 sehingga tidak menimbulkan masalah validitas diskriminan. Sementara itu, hubungan *Overconfidence* (OC) dengan FS memiliki nilai terendah yaitu 0,216, menunjukkan bahwa kedua konstruk ini sangat berbeda secara konseptual. Nilai OC dengan KI sebesar 0,402 mengindikasikan hubungan moderat, sedangkan hubungan OC dengan MA sebesar 0,289 menunjukkan keterkaitan rendah.

Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa seluruh variabel penelitian FS, OC, MA, dan KI memiliki perbedaan yang jelas dan layak untuk dianalisis lebih lanjut dalam model penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Hair et al. (2019), suatu konstruk dinyatakan memiliki reliabilitas yang memadai apabila nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha masing-masing melebihi angka 0,70.

Tabel 4. 9 Data Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
FS	0.895	0.895	0.934	0.826
OC	0.939	0.94	0.953	0.803
MA	0.953	0.954	0.962	0.81
KI	0.975	0.975	0.977	0.782

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keenam konstruk tersebut telah memenuhi kriteria reliabilitas yang memadai, sehingga dapat dinyatakan reliabel.

3. Uji Goodness of Fit

Menurut Hair et al. (2019), Goodness of Fit bertujuan untuk menilai kecocokan model penelitian terhadap data yang digunakan. Terkait hal tersebut, terdapat tiga pendekatan analisis yang digunakan untuk menguji model dalam penelitian ini.

a) SRMR (Standarized Root Mean Square Residual)

Menurut Hair et al. (2017), SRMR < 0,10 menunjukkan kecocokan model yang layak, sedangkan nilai < 0,08 direkomendasikan sebagai ambang yang lebih ketat.

Tabel 4. 10 Data SRMR

	⁴² Saturated model	Estimated model
SRMR	0.03	0.03

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji, diperoleh nilai SRMR sebesar 0,03 sehingga model dinyatakan fit/baik karena nilai tersebut < 0,10.

b) Godness of Fit Index

Pengujian ³⁸ **Goodness of Fit (GoF)** digunakan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian model secara keseluruhan terhadap data yang dianalisis (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 4. 11 Data ⁹⁶ *Godness Of Fit*

	Average variance extracted (AVE)	R-Square
<i>Financial Socialization</i>	0.826	0.312
<i>Overconfidence</i>	0.803	
<i>Mental Accounting</i>	0.81	
Keputusan Investasi	0.782	
<i>Rata - rata</i>	0.805	0.312

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai GoF dikategorikan ke dalam tiga tingkat, yaitu **0,10** untuk kecocokan model yang rendah, **0,25** untuk kecocokan sedang, dan **0,36** atau lebih menunjukkan kecocokan model yang tinggi. Nilai GoF yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan pada bagian berikut.

$$\begin{aligned}
 GoF &= \sqrt{AVE \times R^2} \\
 &= \sqrt{0.805 \times 0.312} \\
 &= \sqrt{0.251} \\
 &= 0.501
 \end{aligned}$$

Berdasarkan analisis GoF, diperoleh hasil $0,501 > 0,36$. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa model termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga, model dapat dinyatakan baik.

c) R-Square Adjusted

Menurut Hair et al. (2017), Adjusted R-Square merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai tingkat kecocokan model (goodness-of-fit) dengan memperhitungkan jumlah prediktor dalam model, sehingga memberikan estimasi yang lebih tidak bias dibandingkan R-Square murni. Penyesuaian ini penting untuk menghindari kenaikan nilai R-Square yang semu akibat penambahan variabel independen yang sebenarnya tidak relevan.

Tabel 4. 12 Data R - square

	R-square	R-square adjusted
KI	0.312	0.305

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel, Nilai Adjusted R-Square sebesar 0,305 menunjukkan bahwa sebesar 30,5% variasi Keputusan Investasi dapat dijelaskan oleh variabel *Financial*

Socialization (FS), *Overconfidence* (OC), dan *Mental Accounting* (MA). Perbedaan antara nilai ⁹³ R-Square dan Adjusted R-Square yang relatif kecil (0.007) mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen yang digunakan memiliki relevansi terhadap model, serta tidak terdapat indikasi overfitting akibat jumlah variabel prediktor yang berlebihan. Meskipun demikian, nilai ini juga mengimplikasikan bahwa sebesar 69,5% variasi Keputusan Investasi ³² dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup: (1) faktor psikologis lain seperti herding behavior, loss aversion, dan sensation seeking; (2) faktor eksternal pasar seperti volatilitas harga *cryptocurrency*, sentimen media, dan regulasi; (3) faktor demografis dan sosial seperti usia, pendidikan, pengalaman investasi, serta pengaruh komunitas; dan (4) faktor makroekonomi seperti inflasi, nilai tukar, kebijakan moneter, dan perkembangan teknologi blockchain.

Temuan ini selaras dengan teori behavioral finance yang menegaskan bahwa keputusan investasi individu ³⁴ tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional semata, tetapi juga oleh bias kognitif, pengaruh sosial, serta dinamika eksternal pasar (Shefrin, 2000). Dengan demikian, meskipun model penelitian ini telah menangkap sebagian besar faktor penting melalui FS, OC, dan MA, masih terdapat ⁶² peluang bagi penelitian selanjutnya untuk memasukkan variabel tambahan yang berpotensi meningkatkan daya jelaskan model terhadap Keputusan Investasi.

4. Pengujian Hipotesis

Menurut (Hair et al., 2017), keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis ditentukan dengan membandingkan nilai **t-statistic** dan **p-value** yang diperoleh dari hasil bootstrapping; apabila **t-statistic > 1,96** atau **p-value < 0,05**, maka hipotesis dinyatakan **diterima**, yang berarti terdapat **pengaruh signifikan** antara variabel yang diuji.

Tabel 4. 13 Data Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (SDEV)	T statistics (O/SDEV)	P values
Financial Socialization -> Keputusan Investasi	0.232	0.232	0.06	3.887	0
Overconfidence -> Keputusan Investasi	0.258	0.259	0.063	4.078	0
Mental Accounting -> Keputusan Investasi	0.3	0.302	0.065	4.637	0

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis 1 diterima karena nilai p values (0.000) < 0.05 dan t statistics (3.887) > 1.95, sehingga *Financial Socialization* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.
2. Hipotesis 2 diterima karena nilai p values (0.000) < 0.05 dan t statistics (4.078) > 1.95, sehingga *overconfidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.
3. Hipotesis 3 diterima karena nilai p values (0.000) < 0.05 dan t statistics (4.637) > 1.95, sehingga *Mental Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

5. Pembahasan

1. Pengaruh *Financial Socialization* terhadap Keputusan Investasi *cryptocurrency*

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Financial Socialization* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z di Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan melalui nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,232, dengan T-statistic sebesar 3.887 dan p-value sebesar 0,000, yang berada di bawah ambang batas signifikansi. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (I Gede Adiputra et al., 2024), (Pratiko et al., 2025), dan (Angela et al., 2024) yang menyatakan bahwa *Financial Socialization* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Sehingga, semakin tinggi tingkat sosialisasi keuangan yang diterima oleh individu Gen Z, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk membuat keputusan dalam berinvestasi pada aset *cryptocurrency*.

Penelitian ini menemukan bahwa rata-rata indikator *financial socialization* berada pada kisaran 3,4 - 3,5 dari skala 1 - 5. Angka tersebut menandakan bahwa tingkat sosialisasi keuangan Generasi Z sudah cukup baik, meskipun belum optimal. Indikator dengan nilai tertinggi muncul pada pernyataan "Saya memperoleh informasi dan keterampilan keuangan dari keluarga saya" (mean = 3,568). Temuan ini menguatkan bahwa keluarga masih menjadi faktor utama dalam

membentuk perilaku keuangan generasi muda, sejalan dengan hasil penelitian Shim et al (2010) serta Sirsch et al (2020) yang menekankan peran orang tua sebagai agen sosialisasi terpenting. Selanjutnya, pengaruh teman sebaya memperoleh nilai mean 3,526. Hasil ini menunjukkan bahwa jaringan sosial juga berkontribusi pada pembentukan wawasan keuangan, meski tidak sekuat pengaruh keluarga. Hal ini sejalan dengan temuan Salsabila & Sumiati (2025) yang menyoroti adanya kecenderungan perilaku investasi dipengaruhi *peer recommendation* dan dinamika sosial, termasuk efek FOMO.

Sementara itu, indikator dengan nilai rata-rata terendah (3,477) berasal dari pendidikan formal maupun non-formal. Kondisi ini menggambarkan bahwa institusi pendidikan belum memberikan pemahaman keuangan yang aplikatif. Padahal, Bellofatto et al (2024) menegaskan bahwa literasi keuangan berkorelasi positif dengan literasi kripto, sehingga integrasi materi keuangan digital dalam kurikulum dinilai penting untuk meningkatkan kapasitas pengambilan keputusan investasi.

Secara keseluruhan, *financial socialization* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*, meskipun nilainya masih berada pada tingkat menengah. Implikasi dari hasil ini adalah perlunya penguatan literasi keuangan melalui tiga jalur utama: (1) keluarga memperkuat diskusi dan teladan pengelolaan keuangan, (2) teman sebaya dimanfaatkan sebagai sarana berbagi edukasi yang sehat,

serta (3) lembaga pendidikan memasukkan literasi finansial digital ke dalam kurikulum. Dengan upaya tersebut, diharapkan kemampuan Gen Z dalam membuat keputusan investasi menjadi lebih rasional, berkelanjutan, dan tidak mudah terpengaruh tren semat.

2. Pengaruh *Overconfidence* terhadap Keputusan Investasi *cryptocurrency*

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Overconfidence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* di kalangan Generasi Z. Hal ini tercermin dari nilai koefisien jalur sebesar 0,258, dengan t-statistic sebesar 4,078 dan p-value sebesar 0,000, yang menunjukkan signifikansi pada tingkat kepercayaan 95%. *Overconfidence* merupakan salah satu bias perilaku yang muncul ketika individu memiliki keyakinan berlebihan terhadap kemampuan analisis dan pengambilan keputusannya. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat *overconfidence* pada investor Gen Z dalam berinvestasi *cryptocurrency* tergolong sedang, dengan nilai rata-rata berkisar 3,4–3,5 pada skala 1–5. Nilai tertinggi (mean = 3,564) ditemukan pada pernyataan “Saya percaya diri dengan kemampuan saya dalam memilih koin *crypto* yang lebih baik dibandingkan investor lain.” Temuan ini konsisten dengan Barber & Odean (2001), yang menegaskan bahwa investor dengan tingkat percaya diri berlebih umumnya merasa memiliki kemampuan analisis melebihi rata-rata pasar. Sebaliknya, nilai terendah (mean = 3,429) muncul pada pernyataan “Saya dapat memprediksi harga *crypto* di masa depan lebih baik daripada investor

lain.” Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun cenderung optimis, Gen Z tetap menyadari keterbatasan mereka terhadap ketidakpastian pasar yang sangat fluktuatif (Corbet et al., 2018). Kepercayaan diri yang berlebihan ini memiliki implikasi penting terhadap mental accounting dan pengambilan keputusan investasi. Investor kerap menilai terlalu tinggi kemampuan mereka dalam memperkirakan arah pasar, yang pada akhirnya meningkatkan paparan risiko (Glaser & Weber, 2007). Selain itu, muncul pula fenomena herding behavior, yakni kecenderungan mengikuti perilaku mayoritas, yang dapat memperbesar volatilitas serta mendorong aktivitas spekulatif pada aset kripto. Kondisi tersebut menegaskan bahwa *overconfidence* bukan hanya memengaruhi individu, tetapi juga memperkuat dinamika pasar secara kolektif.

Dalam konteks diversifikasi portofolio, berbagai kajian menekankan pentingnya kesadaran atas keterbatasan kemampuan prediksi serta perlunya mengurangi bias *overconfidence*. Beberapa penelitian terbaru bahkan menekankan bahwa salah satu strategi praktis dalam diversifikasi aset kripto adalah dengan mengidentifikasi dan memitigasi bias ini, agar investor tidak terjebak pada rasa percaya diri yang berlebihan terhadap kemampuan mereka sendiri (Suriadi et al., 2023). Untuk meminimalisir risiko dari perilaku tersebut, dibutuhkan pendekatan manajemen risiko yang lebih adaptif. Salah satunya melalui penerapan *Risk Parity Model*, yaitu metode yang membagi alokasi portofolio sehingga kontribusi risiko antar aset seimbang (Veliu &

Aranitasi, 2024). Selain itu, metode *Conditional Value at Risk (CVaR)* juga relevan, karena dapat membantu investor lebih fokus pada potensi kerugian ekstrem di bagian ekor distribusi, yang sangat penting dalam kondisi pasar kripto yang volatil (Petukhina & Sprünken, 2021).

Dengan demikian, meskipun tingkat *overconfidence* investor Gen Z tidak tergolong tinggi, perilaku ini tetap berpengaruh terhadap strategi investasi yang mereka terapkan. Agar rasa percaya diri berkembang ke arah yang lebih konstruktif, diperlukan peningkatan literasi keuangan, pengalaman melalui *paper trading*, serta pemahaman yang matang mengenai risiko. Langkah ini dapat mengubah *overconfidence* menjadi *confidence informed by competence*, yaitu keyakinan yang didukung keterampilan analitis dan strategi pengelolaan risiko yang tepat, sehingga keputusan investasi dapat lebih bijaksana dan berkelanjutan.

3. Pengaruh *Mental Accounting* terhadap Keputusan Investasi *cryptocurrency*

¹² Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Mental Accounting* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai ⁵⁹ koefisien jalur 0,3, t-statistic 4,637, dan p-value 0,000, yang berada jauh di bawah nilai signifikansi 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ²⁵ *mental accounting* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z, meskipun penerapannya masih berada pada tingkat cukup. Hal ini tercermin dari nilai rata-rata jawaban

responden yang berkisar 3,4 hingga 3,6, yang menandakan bahwa praktik mental accounting belum sepenuhnya dijalankan secara konsisten. Menurut Thaler (1999), *mental accounting* merupakan kecenderungan individu untuk mengelompokkan keputusan keuangan ke dalam kategori tertentu. Dalam konteks *cryptocurrency*, hal ini seharusnya membantu investor dalam mengalokasikan dana, menentukan tujuan investasi, serta mengendalikan risiko sesuai profil keuangan.

Namun, temuan penelitian memperlihatkan bahwa Generasi Z masih menghadapi keterbatasan dalam mengelola dana secara terstruktur. Meskipun sebagian responden menunjukkan keberanian mengambil risiko demi keuntungan, kemampuan untuk melakukan pengelompokan keuangan, membedakan sumber pendapatan, maupun memilih instrumen jangka panjang masih lemah. Faktor yang memengaruhi kondisi ini antara lain keterbatasan literasi keuangan Lusardi & Mitchell (2014), kecenderungan orientasi jangka pendek akibat sifat spekulatif *cryptocurrency*, serta dominasi pengaruh sosial dan komunitas investasi (Baker & Ricciardi, 2014). Untuk memperkuat penerapan *mental accounting* dalam investasi kripto, terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan. Pertama, melakukan pemisahan dana dengan menempatkan investasi kripto pada akun khusus agar terpisah dari kebutuhan harian sehingga lebih mudah dipantau. Kedua, menetapkan tujuan investasi yang jelas dan terukur, sehingga kripto diperlakukan sebagai bagian dari

rencana keuangan jangka panjang, bukan semata aktivitas spekulatif. Ketiga, memanfaatkan dukungan komunitas atau kelompok investasi sebagai sarana berbagi pengalaman dan strategi. Akuntabilitas sosial ini dapat memperkuat disiplin serta konsistensi investor dalam menerapkan praktik *mental accounting*.

Dengan langkah-langkah tersebut, Generasi Z diharapkan dapat lebih optimal dalam mengintegrasikan *mental accounting* ke dalam keputusan investasi *cryptocurrency*. Hal ini sejalan dengan Cornett et al. (2019) yang menekankan bahwa pengelolaan dana dan perencanaan investasi membutuhkan dukungan literasi, pengalaman, serta penggunaan instrumen keuangan yang tepat.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

10
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh *Financial Socialization*, *Overconfidence*, dan *Mental Accounting* terhadap keputusan investasi cryptocurrency pada Generasi Z, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa financial socialization berpengaruh terhadap keputusan investasi cryptocurrency pada Generasi Z. Informasi keuangan yang diperoleh dari keluarga, teman sebaya, maupun media sosial membentuk pola pikir serta kebiasaan investasi mereka. Meski demikian, pengaruh tersebut juga berpotensi mendorong keputusan yang cenderung spekulatif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai.
2. Kepercayaan diri berlebih (*overconfidence*) terbukti memengaruhi cara Generasi Z mengambil keputusan dalam berinvestasi pada aset kripto. Investor merasa mampu memilih aset dan memprediksi pasar dengan lebih baik dibandingkan orang lain, meskipun keterbatasan pengetahuan dan analisis

masih ada. Kondisi ini berimplikasi pada meningkatnya risiko pengambilan keputusan yang kurang rasional serta munculnya perilaku ikut-ikutan (herding behavior).

3. Mental accounting memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi Generasi Z, meskipun penerapannya belum optimal. Banyak investor yang belum disiplin dalam memisahkan dana investasi dengan kebutuhan lain atau menetapkan tujuan finansial yang jelas. Hal ini membuat keputusan investasi menjadi kurang terarah. Penerapan strategi seperti pemisahan akun khusus, penetapan tujuan yang lebih spesifik, serta dukungan komunitas investasi dapat memperkuat efektivitas mental accounting.

Secara keseluruhan, keputusan investasi Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi faktor sosial, psikologis, dan perilaku. Financial socialization, overconfidence, dan mental accounting memiliki peran penting dalam membentuk cara mereka berinvestasi. Namun, rendahnya literasi keuangan dan orientasi jangka pendek masih menjadi kendala utama dalam menciptakan keputusan investasi yang rasional dan berkelanjutan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

- a. Bagi investor Generasi Z, perlu ditingkatkan literasi keuangan dan kesadaran akan risiko dalam berinvestasi. Hal ini bisa dilakukan melalui pelatihan, seminar, maupun praktik simulasi (paper trading). Selain itu, investor perlu menghindari keputusan emosional yang dipengaruhi oleh rasa percaya diri berlebihan (overconfidence) dengan menerapkan akuntansi mental yang lebih terstruktur, misalnya dengan memisahkan dana investasi dari pengeluaran harian serta menetapkan target finansial yang terukur.
- b. Bagi keluarga dan lingkungan pergaulan, penelitian ini menegaskan pentingnya peran financial socialization dalam membentuk perilaku investasi Generasi Z. Oleh karena itu, keluarga, teman, maupun komunitas perlu memberikan dukungan berupa diskusi dan edukasi mengenai risiko, peluang, serta strategi dalam investasi, khususnya pada instrumen dengan volatilitas tinggi seperti cryptocurrency. Dukungan ini diharapkan dapat

membantu investor muda dalam mengambil keputusan yang lebih rasional dan terarah.

- c. Bagi lembaga keuangan seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bappebti, maupun institusi lain yang relevan, perlu adanya penguatan program edukasi dan perlindungan bagi investor muda. Upaya ini dapat berupa penyediaan konten literasi keuangan berbasis digital yang menarik, fasilitas simulasi investasi, serta sistem peringatan dini terkait risiko perdagangan aset kripto. Selain itu, lembaga keuangan juga diharapkan dapat lebih aktif mengawasi praktik investasi agar Generasi Z tidak hanya terdorong pada aspek spekulatif, tetapi juga diarahkan untuk mengembangkan strategi investasi yang lebih berkelanjutan.

2. Saran Teoritis

- a. Untuk peneliti selanjutnya, dalam penelitian ini nilai R-Square sebesar 0,305 menunjukkan bahwa variabel *Financial Socialization*, *Overconfidence*, dan *Mental Accounting* hanya mampu menjelaskan sekitar 30,5 % variasi keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z. Dengan demikian, hampir 69,5 % faktor penentu lainnya masih belum dikaji dalam model. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya sangat

disarankan untuk memasukkan variabel tambahan yang relevan guna memperkuat daya jelaskan model dan meningkatkan nilai R-Square.

Beberapa variabel yang sebaiknya dipertimbangkan meliputi:

- 1) Toleransi Risiko (*Risk Tolerance*): Karena keputusan investasi dalam aset volatile seperti *cryptocurrency* sangat dipengaruhi oleh sikap individu terhadap risiko, variabel ini krusial. Sebagai contoh, studi di Bali oleh Fadli et al (2025) mendapati pengaruh signifikan dari literasi keuangan melalui persepsi risiko dan herding pada keputusan investasi dan menunjukkan koefisien penjas yang tinggi
- 2) Perilaku Herding (*Herding Behavior*): Dalam konteks Gen Z dan Millennial, kecenderungan mengikuti tren atau keputusan kelompok terbukti mempengaruhi keputusan investasi. Penelitian oleh Juwita et al (2022) menyimpulkan bahwa herding dan heuristik memiliki efek nyata terhadap pilihan *crypto* di Indonesia.
- 3) Literasi Keuangan Digital (*Digital/Financial Literacy*): Pemahaman atas instrumen investasi digital terbukti

penting dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi.

Arriqoh & Zoraya (2024) menunjukkan bagaimana literasi keuangan memediasi keputusan investasi *crypto* Gen Z melalui herding.

Dengan menambahkan variabel-variabel tersebut semisal literasi digital, toleransi risiko, dan herding behavior model penelitian diharapkan menjadi lebih komprehensif, meningkatkan nilai Adjusted R-Square, dan memberi pemahaman lebih mendalam tentang determinan perilaku investasi *cryptocurrency* Gen Z.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

Pengaruh Financial Socialization, Overconfidence, dan Mental Accounting

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	1%
2	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
4	Submitted to unars Student Paper	1%
5	Submitted to LPPM Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	1%
7	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	<1%
8	Submitted to Universitas Negeri Malang Student Paper	<1%
9	repository.upnjatim.ac.id Internet Source	<1%
10	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%

11	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
12	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
13	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
14	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
16	repositori.stiamak.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to Fakultas Peternakan Student Paper	<1 %
18	Submitted to Tarumanagara University Student Paper	<1 %
19	Submitted to Universitas Negeri Yogyakarta Student Paper	<1 %
20	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	<1 %
21	Submitted to STIE Mahardhika Student Paper	<1 %
22	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.unja.ac.id Internet Source	<1 %

sintama.stibsa.ac.id

24

Internet Source

<1 %

25

Fazura Mutiara Pratiwi, Dewita Puspawati. "Factors Influencing Millennial Generation Investment Decisions: Focus on Investment Behaviour", *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 2022

Publication

<1 %

26

Muhammad Karisma Alam, Ledy Yolanda, Andesta Andesta. "Studi kasus pengaruh nilai persepsi terhadap minat pembelian batik besurek di kalangan gen z dan milenial", *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2025

Publication

<1 %

27

repo.darmajaya.ac.id

Internet Source

<1 %

28

Steven Richard, Ferrycy Tandiono, Ferrycy Tandiono, Ine Indriani Sinuhaji, Agus Tina, Mahyudin Mahyudin. "PENGARUH INDEPENDENSI, KOMPETENSI, TIME BUDGET PRESSURE, PENGALAMAN AUDITOR, DAN INTEGRITAS TERHADAP KUALITAS AUDIT PADA KAP KOTA MEDAN", *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2025

Publication

<1 %

29

Submitted to Sultan Agung Islamic University

Student Paper

<1 %

30

Submitted to Universitas Dian Nuswantoro

Student Paper

<1 %

31	www.jagosatu.com Internet Source	<1 %
32	www.scribd.com Internet Source	<1 %
33	Harisa Juliani, Wenny Pebrianti, Ahmad Shalahuddin, Juniwati Juniwati, Heriyadi Heriyadi. "Pengaruh Product Quality, Cafe Atmosphere dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pada CW Coffee", eCo-Fin, 2025 Publication	<1 %
34	Rahil Imainul Aprilian, Wenni Anggita. "Pengaruh Mental Accounting dan Norma Subjektif terhadap Consumptive Behavior Gen Z dalam Menggunakan E-paylater (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Bangka Belitung)", Jurnal EMT KITA, 2025 Publication	<1 %
35	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	<1 %
36	j-economics.my.id Internet Source	<1 %
37	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
38	ojs.uph.edu Internet Source	<1 %
39	Tintje Beby, Limajatini Limajatini. "Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Self Efficacy, dan	<1 %

Stereotip Gender Terhadap Pilihan Profesi
Sebagai Konsultan Pajak Dengan Lingkungan
Kerja Sebagai Variabel Moderating", eCo-
Buss, 2025

Publication

40

ejournals.umn.ac.id

Internet Source

<1 %

41

Ajeng Resti Fauzi, Kholida Atiyatul Maula.
"Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Tarif
Pajak dan Pelayanan Perpajakan Usaha
Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten
Karawang", Akuisisi: Jurnal Akuntansi, 2020

Publication

<1 %

42

Cindyasari Puspagita, Hendar Hendar.
"Proses Peningkatan Intention to Co-create
Value Objek Wisata Pilgrims Walisongo di
Jawa Tengah", eCo-Buss, 2025

Publication

<1 %

43

Riska Julia Fitri, M. Syukri Ismail. "Transaksi
Bitcoin dalam Perspektif Ekonomi Syariah",
ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan dan
Manajemen Syariah, 2023

Publication

<1 %

44

Submitted to Universitas Pendidikan
Indonesia

Student Paper

<1 %

45

journal.ppmi.web.id

Internet Source

<1 %

46

prin.or.id

Internet Source

<1 %

47 Submitted to PEC University of Technology <1 %
Student Paper

48 ejournal.iba.ac.id <1 %
Internet Source

49 Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia <1 %
Student Paper

50 Nur Azizah, Agung Widhi Kurniawan, Burhanuddin Burhanuddin, Muh. Ikhwan Maulana Haeruddin, Rahmat Riwayat Abadi. "Pengaruh Beban Kerja terhadap Kepuasan Kerja melalui Kompensasi sebagai Variabel Moderasi Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) (Persero) Unit Induk Distribusi (UID) Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara dan Sulawesi Barat (Sulselrabar)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 <1 %
Publication

51 Rahayu Setianingsih, Mutiara Nurul Tazqia. "PENGARUH DISIPLIN KERJA, MOTIVASI, DAN PENEMPATAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV REGIONAL III PEKANBARU", Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2025 <1 %
Publication

52 Submitted to Universitas Merdeka Malang <1 %
Student Paper

53 Submitted to University of Wollongong <1 %
Student Paper

54	adoc.pub Internet Source	<1 %
55	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
56	id.scribd.com Internet Source	<1 %
57	Chelsea Naomi M. Girsang, Irma Setyawati Suryamartono. "PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, LITERASI KEUANGAN DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MELALUI MINAT INVESTASI (STUDI KASUS PT BFI FINANCE TBK)", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2025 Publication	<1 %
58	Submitted to Dongguk University Student Paper	<1 %
59	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
60	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
61	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	<1 %
62	Submitted to Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Student Paper	<1 %
63	Submitted to Universitas Riau Student Paper	<1 %

64	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Student Paper	<1 %
65	core.ac.uk Internet Source	<1 %
66	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
67	reskiyanthi.blogspot.com Internet Source	<1 %
68	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
69	Submitted to Universitas Muhammadiyah Semarang Student Paper	<1 %
70	akper-pelni.ecampuz.com Internet Source	<1 %
71	digilib.unimus.ac.id Internet Source	<1 %
72	docobook.com Internet Source	<1 %
73	ecampus-fip.umj.ac.id Internet Source	<1 %
74	id.123dok.com Internet Source	<1 %
75	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1 %
76	123dok.com Internet Source	<1 %

77 Firly Marshanda Putri, Siti Alhamra Salqaura, Adelina Lubis. "Pengaruh Viralitas Meme Marketing, Brand Image, dan Brand Personality terhadap Brand Engagement dan Loyalitas Konsumen", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025
Publication

<1 %

78 Submitted to Konsorsium PTS Batch 5
Student Paper

<1 %

79 Mohamad Teddy Rahardi, Elina Gusnita. "Menakar Jenis Investasi Muslim di Kabupaten Bintan", MUAMALATUNA, 2021
Publication

<1 %

80 Submitted to Universitas Jenderal Soedirman
Student Paper

<1 %

81 ojs.unm.ac.id
Internet Source

<1 %

82 Fanny Nurul Aimi, Anisa Dewi Arismaya. "Trading competition: Upaya peningkatan portofolio keuangan mahasiswa", Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas, 2025
Publication

<1 %

83 Ilham Nurjaman Ilham, Reka Nadira Nuncantika. "PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, PERCEIVED EASE OF USE, MOTIVASI INVESTASI, MODAL INVESTASI MINIMAL, DAN RETURN INVESTASI TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI DI PASAR MODAL

<1 %

(Penelitian pada Konsumen Reksadana Syariah melalui Aplikasi Bibit)", Lobi, 2025

Publication

84	Putri Risma, Raden Johnny Hadi Raharjo. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Impulsifitas terhadap Kinerja Keuangan Pribadi dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Pengguna PayLater di Surabaya)", Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2025 Publication	<1 %
85	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
86	eproceeding.itenas.ac.id Internet Source	<1 %
87	jurnalekonomi.unisla.ac.id Internet Source	<1 %
88	libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
89	penerbitgoodwood.com Internet Source	<1 %
90	repository.uindatokarama.ac.id Internet Source	<1 %
91	repository.unjaya.ac.id Internet Source	<1 %
92	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
93	rstudio-pubs-static.s3.amazonaws.com Internet Source	<1 %

94	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
95	Nabil Muhammad Alawi, Vemy Suci Asih, Dadang Husen Sobana. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Terhadap Penggunaan Sistem Financial Technology", Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah), 2020 Publication	<1 %
96	dinastirev.org Internet Source	<1 %
97	edoc.pub Internet Source	<1 %
98	ejurnal.stikes-bth.ac.id Internet Source	<1 %
99	eprint.stieww.ac.id Internet Source	<1 %
100	jim.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
101	jkip.poltekkes-mataram.ac.id Internet Source	<1 %
102	journal.stiemb.ac.id Internet Source	<1 %
103	link.springer.com Internet Source	<1 %
104	mafiadoc.com Internet Source	<1 %

nover.staff.gunadarma.ac.id

105	Internet Source	<1 %
106	www.ceocongress.org Internet Source	<1 %
107	Anies Nor Kholidah, C. Tri Widiastuti, Prianka Ratri Nastiti. "Kepercayaan Pelanggan Memediasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian", Solusi, 2025 Publication	<1 %
108	Hadi Firmansyah, Suci Ayu Sudari, Dwi Rachmawati. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Produk Telkomsel by.U", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %
109	Syafitri Aulia, Giriati Giriati, Uray Ndaru Mustika, Mustaruddin Mustaruddin. "Peran mediasi literasi keuangan dalam keputusan investasi bagi Generasi Z: Pengujian bias-bias perilaku", Journal of Management and Digital Business, 2024 Publication	<1 %
110	Submitted to UIN Sultan Syarif Kasim Riau Student Paper	<1 %
111	Submitted to UM Surabaya Student Paper	<1 %
112	advancesinresearch.id Internet Source	<1 %

113	Internet Source	<1 %
114	ejournal.uksw.edu Internet Source	<1 %
115	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
116	es.scribd.com Internet Source	<1 %
117	jurnal.steama.ac.id Internet Source	<1 %
118	media.neliti.com Internet Source	<1 %
119	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	<1 %
120	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
121	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %
122	stmikelrahma.e-journal.id Internet Source	<1 %
123	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
124	tocs.asianindexing.com Internet Source	<1 %
125	togoreveil.com Internet Source	<1 %
126	www.coursehero.com Internet Source	<1 %

<1 %

127 ejournal.iainkendari.ac.id
Internet Source

<1 %

128 konsultasiskripsi.com
Internet Source

<1 %

129 Dedi Gunanto, Pradana Jati Kusuma. "Faktor psikologis dan peran literasi keuangan dalam keputusan investasi cryptocurrency gen-z", Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA), 2025
Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA