

PENGARUH MEDIA SOSIAL, LITERASI KEUANGAN, DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI PADA ASET *CRYPTOCURRENCY* OLEH GENERASI Z DI JABODETABEK

Ratna Susilowati¹, Apriana Anggreini Bangun², Rafli Fadillah Akbar³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

Article History

Received : May 11th 2026

Revised : May 13th 2026

Accepted : May 15th 2026

Published : May 18th 2026

Corresponding author*:

ratna_susilowati@staff.gunadarma.ac.id

Cite This Article:

Ratna Susilowati, Apriana Anggreini Bangun, & Rafli Fadillah Akbar. (2026). PENGARUH MEDIA SOSIAL, LITERASI KEUANGAN, DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI PADA ASET *CRYPTOCURRENCY* OLEH GENERASI Z DI JABODETABEK. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 31–39.

<https://doi.org/10.56127/jekma.v5i2.2724>

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jekma.v5i2.2724>

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh media sosial, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi terhadap pengambilan keputusan investasi aset *cryptocurrency* pada Generasi Z di Jabodetabek. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi individu dalam mengambil keputusan investasi pada aset digital yang memiliki tingkat risiko dan volatilitas yang tinggi. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan data primer. Tahapan pengujian yang dilakukan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas, serta analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, dengan jumlah data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 149 responden pada periode 15 November 2025-30 Januari 2026. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan Generasi Z (usia 17–28 tahun), berdomisili di wilayah Jabodetabek, dan pernah berinvestasi *cryptocurrency*. Alat bantu analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat lunak SPSS Versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial media sosial, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek.

Kata Kunci: Keputusan Investasi, Literasi Keuangan, Media

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat Indonesia berinteraksi, bekerja, hingga berinvestasi. Jaringan internet di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dan telah menjadi bagian penting kehidupan sehari-hari. Hampir seluruh lapisan masyarakat, mulai dari remaja hingga lanjut usia, kini memiliki akses terhadap perangkat digital seperti telepon genggam. Menurut Databoks Katadata dalam (Kamil & Tanno 2022), jumlah penduduk Indonesia diproyeksikan mencapai 267 juta jiwa, sementara Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat sekitar 240 juta perangkat telepon genggam telah beredar di Indonesia. Kondisi ini menunjukkan bahwa hampir setiap individu di Indonesia kini terhubung secara digital dan memiliki potensi besar dalam memanfaatkan teknologi untuk berbagai kebutuhan, termasuk aktivitas ekonomi.

Penelitian (Pramnesti & Mariana 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan pengaruh media sosial memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat investasi Generasi Z. Sementara itu, (Wulandari, Aladawiyah & Syahwildan 2025) menemukan bahwa dimensi pengetahuan dan sikap keuangan berperan besar dalam meningkatkan minat investasi Generasi Z di pasar modal Indonesia. Temuan ini menegaskan bahwa tingkat literasi dan pengetahuan finansial seseorang berpengaruh langsung terhadap cara individu merespons informasi investasi di media sosial dan dalam mengambil keputusan investasi.

Secara teoritis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan memengaruhi niat serta tindakan individu dalam berinvestasi. Penelitian (Salisa 2021) menunjukkan bahwa teori ini efektif digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi, terutama pada kelompok

muda yang mulai aktif di pasar modal. Selain itu, aspek pembelajaran sosial yang dijelaskan oleh *Social Learning Theory* juga relevan dalam konteks media sosial, di mana individu belajar dan meniru perilaku finansial dari influencer, teman sebaya, atau komunitas daring yang mereka ikuti (Aisa & Silalahi 2024). Kedua teori ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga media pembelajaran sosial yang memengaruhi tingkat literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan pada akhirnya membentuk keputusan investasi Generasi Z terhadap aset *cryptocurrency* di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu produk perkembangan teknologi informasi yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun jejaring secara digital. Menurut (Kamil & Tanno 2022), media sosial menjadi sarana utama bagi Generasi Z dalam memperoleh informasi, termasuk informasi keuangan dan investasi. Melalui berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, pengguna dapat mengakses beragam konten edukatif maupun promosi yang memengaruhi persepsi dan perilaku mereka terhadap keputusan investasi.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola informasi keuangan untuk membuat keputusan ekonomi yang efektif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK 2022) menjelaskan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi perilaku dalam mengelola dana dan berinvestasi.

Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi merupakan pemahaman individu terhadap konsep, prinsip, dan mekanisme yang berkaitan dengan kegiatan investasi. Menurut (Danurwenda & Suhartini 2024), pengetahuan investasi mencakup sejauh mana seseorang memahami cara kerja pasar keuangan, jenis-jenis instrumen investasi, serta risiko dan keuntungan yang mungkin timbul. Pengetahuan ini menjadi dasar bagi investor untuk membuat keputusan yang rasional dalam mengalokasikan dana ke berbagai instrumen investasi.

Pengambilan Keputusan Investasi

Pengambilan keputusan investasi merupakan proses di mana individu menentukan pilihan investasi yang dianggap paling menguntungkan dengan mempertimbangkan tingkat risiko dan imbal hasil. Menurut (Danurwenda & Suhartini 2024) keputusan investasi mencakup proses berpikir rasional yang didasarkan pada informasi, pengalaman, serta preferensi terhadap risiko. Proses ini sering kali dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti tren media sosial, rekomendasi influencer, serta dinamika pasar aset digital seperti *cryptocurrency*.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu Generasi Z di wilayah Jabodetabek yang pernah melakukan investasi *cryptocurrency*. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari setiap variabel penelitian, yaitu media sosial (X_1), literasi keuangan (X_2), pengetahuan investasi (X_3), dan pengambilan keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y).

Instrumen kuesioner ini menggunakan skala Likert, karena skala ini dapat mengukur sikap, persepsi, serta tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan. Responden memilih salah satu dari lima alternatif jawaban sesuai tingkat kesesuaian dengan kondisi mereka. metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, karena data yang diperoleh berasal dari hasil kuesioner skala Likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan butir pernyataan dalam kuesioner penelitian dimana penelitian ini memiliki 33 butir pertanyaan terdiri dari variabel X_1 (Media Sosial) sebanyak 8 butir pernyataan, X_2 (Literasi Keuangan) sebanyak 8 pernyataan, X_3 (Pengetahuan Investasi) sebanyak 8 butir pernyataan dan variabel Y (Pengambilan Keputusan Investasi Pada Aset Cryptocurrency oleh Generasi Z di

Jabodetabek) sebanyak 9 pernyataan. Suatu item dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap 30 responden dengan nilai r tabel sebesar 0,361 pada taraf signifikansi 0,05. Berikut disajikan hasil uji validitas untuk setiap pernyataan dalam kuesioner penelitian ini.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Media_Sosial1	.521	.361	Valid
Media_Sosial2	.578	.361	Valid
Media_Sosial3	.581	.361	Valid
Media_Sosial4	.573	.361	Valid
Media_Sosial5	.643	.361	Valid
Media_Sosial6	.548	.361	Valid
Media_Sosial7	.446	.361	Valid
Media_Sosial8	.577	.361	Valid
Lit_Keuangan1	.543	.361	Valid
Lit_Keuangan2	.594	.361	Valid
Lit_Keuangan3	.533	.361	Valid
Lit_Keuangan4	.570	.361	Valid
Lit_Keuangan5	.725	.361	Valid
Lit_Keuangan6	.636	.361	Valid
Lit_Keuangan7	.646	.361	Valid
Lit_Keuangan8	.633	.361	Valid
Penge_Investasi1	.579	.361	Valid
Penge_Investasi2	.574	.361	Valid
Penge_Investasi3	.538	.361	Valid
Penge_Investasi4	.598	.361	Valid
Penge_Investasi5	.593	.361	Valid
Penge_Investasi6	.541	.361	Valid
Penge_Investasi7	.567	.361	Valid
Penge_Investasi8	.435	.361	Valid
Kep_Investasi1	.423	.361	Valid
Kep_Investasi2	.370	.361	Valid
Kep_Investasi3	.599	.361	Valid
Kep_Investasi4	.561	.361	Valid
Kep_Investasi5	.502	.361	Valid
Kep_Investasi6	.580	.361	Valid
Kep_Investasi7	.575	.361	Valid
Kep_Investasi8	.496	.361	Valid
Kep_Investasi9	.394	.361	Valid

Sumber: Hasil Output IBM SPSS Versi 25.0, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Media Sosial (X1), Literasi Keuangan (X2), Pengetahuan Investasi (X3), dan Pengambilan Keputusan Investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,361. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan bantuan program SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

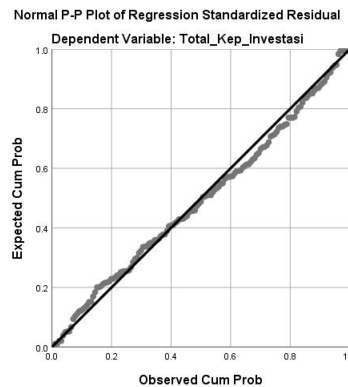
Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	Keterangan
----------	------------------	---------------------------	------------

Media Sosial (X1)	0,841	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	0,858	0,60	Reliabel
Pengetahuan Investasi (X3)	0,859	0,60	Reliabel
Keputusan Investasi (Y)	0,816	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Output IBM SPSS Versi 25.0, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel, sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur yang konsisten dalam analisis data selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik
Hasil Uji Normalitas



Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Kurva Probability Plot

Berdasarkan Gambar 4.1, dapat diketahui bahwa titik-titik pada kurva probability plot menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen. Apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.711	2.049		4.739	.000		
	Total Media Sosial	.163	.070	.174	2.312	.022	.557	1.796
	Total Lit Keuangan	.459	.095	.456	4.845	.000	.355	2.818
	Total Peng Investasi	.197	.092	.188	2.148	.033	.408	2.452

a. Dependent Variable: Total_Kep_Investasi

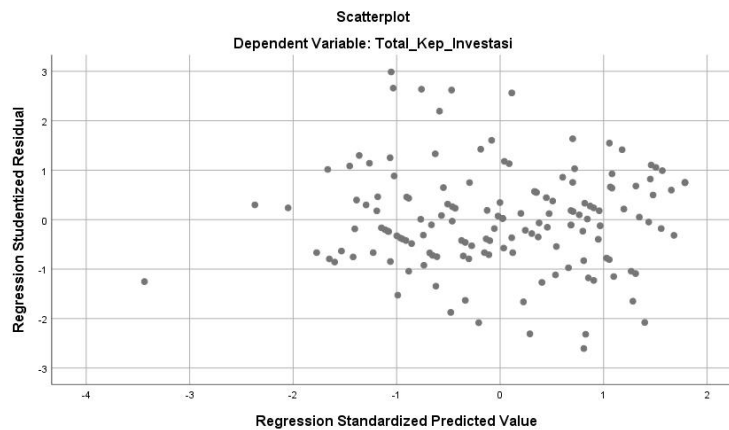
Sumber: Hasil Output IBM SPSS Versi 25.0, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3, nilai *Tolerance* masing-masing variabel menunjukkan angka lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian, model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik Scatterplot, yaitu dengan

membandingkan nilai residual (SRESID) dan nilai prediksi variabel terikat (ZPRED). Model regresi dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila titik-titik pada grafik scatterplot menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta tersebar baik di atas maupun di bawah sumbu nol.



Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil Output IBM SPSS Versi 25.0, 2025

Berdasarkan hasil scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel media sosial (X1), literasi keuangan (X2), dan pengetahuan investasi (X3) terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y) baik secara simultan maupun parsial.

Pengujian regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS Versi 25.0, dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	9.711	2.049		4.739	.000		
	Total Media Sosial	.163	.070	.174	2.312	.022	.557	1.796
	Total Lit Keuangan	.459	.095	.456	4.845	.000	.355	2.818
	Total Peng Investasi	.197	.092	.188	2.148	.033	.408	2.452

a. Dependent Variable: Total_Kep_Investasi

Sumber: Hasil Output IBM SPSS Versi 25.0, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh persamaan regresi linier berganda dalam bentuk standar sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 9,711 + 0,163X_1 + 0,459X_2 + 0,197X_3 + e$$

Adapun hasil dari uji analisis regresi linier berganda pada tabel 4.4 adalah sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 9,711 menunjukkan bahwa apabila variabel media sosial, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi bernilai nol, maka nilai pengambilan keputusan investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek sebesar 9,711
2. Koefisien regresi media sosial (X₁) sebesar 0,163 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel media sosial akan meningkatkan pengambilan keputusan investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek sebesar 0,163, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

3. Koefisien regresi literasi keuangan (X_2) sebesar 0,459 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan literasi keuangan akan meningkatkan pengambilan keputusan investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek sebesar 0,459, dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel independen lainnya.
4. Koefisien regresi pengetahuan investasi (X_3) sebesar 0,197 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pengetahuan investasi akan meningkatkan pengambilan keputusan investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek sebesar 0,197, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi memiliki pengaruh (arah hubungan) positif terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek.

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu media sosial (X_1), literasi keuangan (X_2), dan pengetahuan investasi (X_3), secara parsial terhadap keputusan investasi aset *cryptocurrency* (Y). Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Nilai t tabel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan jumlah sampel sebanyak 149 responden dan jumlah variabel independen sebanyak 3 variabel, sehingga diperoleh derajat kebebasan sebesar 145 dan nilai t tabel ($0,05/2,145$) sebesar **1,97646**.

Tabel 4. 5 Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.711	2.049		4.739	.000		
Total_Media_Sosial	.163	.070	.174	2.312	.022	.557	1.796
Total_Lit_Keuangan	.459	.095	.456	4.845	.000	.355	2.818
Total_Peng_Investasi	.197	.092	.188	2.148	.033	.408	2.452

a. Dependent Variable: Total_Kep_Investasi

Sumber: Hasil Output IBM SPSS Versi 25.0, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap Keputusan Pembelian sebagai berikut:

1. Pengaruh Media Sosial (X_1) terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y) Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel Media Sosial (X_1) sebesar 2,312, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,97646 ($2,312 > 1,97646$), dengan nilai signifikansi sebesar 0,022 ($< 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek..
2. Pengaruh Literasi Keuangan (X_2) terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y) Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel Literasi Keuangan (X_2) sebesar 4,845, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,97646 ($4,845 > 1,97646$), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek..
3. Pengaruh Pengetahuan Investasi (X_3) terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada aset cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y) Berdasarkan hasil pengujian uji t, diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel Pengetahuan Investasi (X_3) sebesar 2,148, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,97646 ($2,148 > 1,97646$), dengan nilai signifikansi sebesar 0,033 ($< 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan

investasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek..

Berdasarkan hasil uji t (parsial), dapat disimpulkan bahwa media sosial (X1), literasi keuangan (X2), dan pengetahuan investasi (X3) masing-masing berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek.. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel (1,97646) serta nilai signifikansi masing-masing variabel lebih kecil dari 0,05.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel media sosial (X1), literasi keuangan (X2), dan pengetahuan investasi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y).

Tabel 4. 6 Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2045.827	3	681.942	57.906	.000 ^b
	Residual	1707.636	145	11.777		
	Total	3753.463	148			

a. Dependent Variable: Total_Kep_Investasi

b. Predictors: (Constant), Total_Peng_Investasi, Total_Media_Sosial, Total_Lit_Keuangan

Sumber: Hasil Output IBM SPSS Versi 25.0, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai F hitung sebesar 57,906 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 Nilai F hitung lebih besar dari F tabel (0,05;3;145) **sebesar 2,67** dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen, yaitu media sosial, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi, mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen, yaitu keputusan investasi. Besarnya nilai koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai Adjusted R Square. Berikut hasil dari tabel uji koefisien determinasi:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.738 ^a	.545	.536	3.432	1.631

a. Predictors: (Constant), Total_Peng_Investasi, Total_Media_Sosial, Total_Lit_Keuangan

b. Dependent Variable: Total_Kep_Investasi

Sumber: Hasil Output IBM SPSS Versi 25.0, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,536 atau 53,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel media sosial, literasi keuangan dan pengetahuan investasi memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi pada variabel Keputusan Investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di wilayah Jabodetabek sebesar 53,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 46,4% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Media Sosial terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Aset Cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek

Hasil Uji t variabel Media Sosial (X1) terbukti berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Aset Cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji t

dengan nilai t hitung sebesar 2,312 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,97646, serta nilai signifikansi $0,022 < 0,05$. menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk keputusan investasi responden. Secara lebih mendalam, pengaruh media sosial tersebut dapat dijelaskan melalui hasil analisis deskriptif pada masing-masing indikator. Indikator dengan skor tertinggi pada variabel media sosial adalah pernyataan “Informasi yang diperoleh melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, Tiktok dan X membantu saya memahami karakteristik dan jenis investasi cryptocurrency” dengan total skor 622. Hal ini mencerminkan bahwa responden sangat dipengaruhi oleh konten dan informasi investasi cryptocurrency yang diperoleh melalui media sosial. Tingginya skor tersebut menunjukkan bahwa kualitas, intensitas, serta daya tarik informasi investasi yang disajikan di media sosial menjadi faktor utama yang mendorong responden dalam mengambil keputusan investasi. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kamil & Tanno 2022) yang menyatakan bahwa media sosial dapat mengurangi asimetri informasi dalam pengambilan keputusan investasi, meskipun tetap memerlukan kemampuan analisis yang baik. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian (Pramnesti & Mariana 2025) yang menemukan bahwa faktor media sosial memiliki peran penting dalam membentuk minat dan perilaku investasi Generasi Z.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Aset Cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek

Hasil Uji t menunjukkan variabel Literasi Keuangan (X_2) terbukti berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Aset Cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,845 yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,97646, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi cryptocurrency dapat dijelaskan melalui hasil analisis deskriptif pada masing-masing indikator literasi keuangan. Indikator dengan skor tertinggi adalah pernyataan “Saya memahami bahwa investasi di cryptocurrency, memiliki risiko dan potensi keuntungan yang berbeda” dengan total skor 633. Tingginya skor ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pemahaman yang baik mengenai karakteristik dasar investasi cryptocurrency, khususnya terkait hubungan antara risiko dan potensi imbal hasil. Pemahaman tersebut membuat responden lebih rasional dan berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi, sehingga keputusan yang diambil tidak semata-mata bersifat spekulatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wulandari et al. 2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Selain itu, penelitian (Pramnesti & Mariana 2025) juga menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi Generasi Z. Penelitian (Danurwenda & Suhartini 2024) turut memperkuat hasil penelitian ini dengan menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi cryptocurrency

Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Aset Cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek

Berdasarkan hasil Uji t variabel Pengetahuan Investasi (X_3) terbukti berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Aset Cryptocurrency oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 2,148 yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,97646, serta nilai signifikansi sebesar $0,033 < 0,05$. Secara lebih mendalam, pengaruh pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi dapat dijelaskan melalui hasil analisis deskriptif pada indikator-indikator variabel X_3 . Indikator dengan skor tertinggi adalah pernyataan “Saya memahami bahwa investasi dalam cryptocurrency memiliki profil risiko yang berbeda dan cenderung lebih fluktuatif dibandingkan dengan instrumen investasi konvensional” dengan total skor 615. Tingginya skor ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesadaran yang kuat terhadap risiko investasi cryptocurrency, sehingga keputusan investasi cryptocurrency yang diambil didasarkan pada pemahaman risiko, bukan semata-mata pada potensi keuntungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Danurwenda & Suhartini 2024) yang menyatakan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi cryptocurrency. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa investor dengan pemahaman risiko dan karakteristik investasi yang baik cenderung lebih rasional dan berhati-hati dalam mengambil keputusan. Temuan ini juga mendukung teori pengambilan keputusan yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan individu berperan penting dalam mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kualitas keputusan investasi.

Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, dan Pengetahuan Investasi terhadap Keputusan Investasi Pada Aset Cryptocurrency oleh Generasi Z di wilayah Jabodetabek.

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 57,906 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai F hitung tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 2,67, serta

nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial (X1), literasi keuangan (X2), dan pengetahuan investasi (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan investasi pada aset *cryptocurrency* pada responden tidak terbentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor yang saling melengkapi. Media sosial berperan sebagai sumber utama informasi investasi yang mudah diakses dan digunakan secara intens oleh responden. Informasi yang diperoleh melalui media sosial menjadi pintu awal dalam membangun minat, pemahaman, serta persepsi terhadap investasi *cryptocurrency*. Namun, informasi yang diperoleh dari media sosial tersebut tidak secara langsung menentukan keputusan investasi tanpa didukung oleh literasi keuangan. Tingkat literasi keuangan yang baik memungkinkan responden untuk memahami konsep dasar keuangan, mengelola dana, serta mempertimbangkan risiko dan tujuan keuangan sebelum mengambil keputusan investasi. Selain itu, pengetahuan investasi memperkuat proses pengambilan keputusan dengan membantu responden dalam menganalisis risiko, memahami karakteristik aset *cryptocurrency*, serta mengevaluasi informasi pasar sebelum berinvestasi. Pengetahuan investasi membuat responden lebih berhati-hati dan terarah dalam menentukan pilihan investasi, sehingga keputusan yang diambil tidak bersifat spekulatif semata. Temuan penelitian ini mendukung penelitian (Danurwenda & Suhartini 2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan pengetahuan investasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Pramnesti & Mariana 2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan dan faktor media sosial memiliki peran penting dalam membentuk perilaku dan minat investasi Generasi Z

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh media sosial, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di wilayah Jabodetabek, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Media sosial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek..
2. Literasi keuangan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek.
3. Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek.
4. Media sosial, literasi keuangan, dan pengetahuan investasi secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi aset *cryptocurrency* oleh Generasi Z di Jabodetabek..

DAFTAR PUSTAKA

- Aisa, N.N. & Silalahi, F.H., 2024, 'Analisis Literasi Keuangan Gen-Z: Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi', *Journal of Business and Halal Industry*, 1(4).
- APJII, A.P.J.I.I., 2023, *Survei Internet 2023*.
- Bappebti, B.P.P.B.K., 2023, *LAK_BAPPEBTI_2023.pdf*.
- Danurwenda, R. & Suhartini, D., 2024, 'Pengambilan Keputusan Investasi Cryptocurrency pada Generasi Z', *Jurnal E-Bis*, 8(2), 573–583.
- Darwin, M., Mamondol, M.R., Sormin, S.A., Yuliana, N., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I.M.D.M., Prasetyo, B., Vianitati, P. & Gebang, A.A., 2021, *METODE PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF*.
- Ghozali, I., 2021, *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26*.
- Kamil, H.H. & Tanno, A., 2022, 'Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Investor Berinvestasi, Latar Belakang Pendidikan dan Penghasilan Sebagai Variabel Kontrol', *Owner*, 6(2), 1622–1637.
- OJK, O.J.K., 2022, *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*.
- Pramnesti, S.D. & Mariana, 2025, 'Pengaruh Financial Literacy dan Social Media Influencer Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Indonesia: (Studi Empiris pada Generasi Z di Jawa Timur)', *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 5(1), 334–344.
- Salisa, N.R., 2021, 'Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB)', *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 9(2), 182.
- Sugiyono, 2023, 'METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D'.
- Wulandari, R., Aladawiyah, R. & Syahwildan, M., 2025, 'Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Generasi Muda di Pasar Modal Indonesia', *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 346–357.