



# Pengaruh Media Sosial Dan Manajemen Risiko Terhadap Keputusan Investasi Berdasarkan Perilaku Investor Sebagai Variabel Intervening

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Selaku Investor dan Pengurus Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia di Universitas Kota Bengkulu)

Dinda Rahma Aprilia<sup>1</sup>, Sintia Safrianti<sup>2\*</sup>, dan Janusi Waliamin<sup>3</sup>

- <sup>1</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH; Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu; e-mail : [dindarahmaap@gmail.com](mailto:dindarahmaap@gmail.com)
  - <sup>2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH; Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu; e-mail : [sintiasafrianti19@gmail.com](mailto:sintiasafrianti19@gmail.com)
  - <sup>3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH; Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu; e-mail : [jwaliamin@gmail.com](mailto:jwaliamin@gmail.com)
- \* Corresponding Author : Sintia Safrianti

**Abstract:** This study aims to determine the influence of social media and risk management on investment decisions based on investor behavior as an intervening variable. The approach used in this study is quantitative, with data collection techniques involving questionnaires obtained directly from the original source (respondents). The population of this study consists of all students as investors and managers of the Indonesia Stock Exchange Investment Gallery (GIBEL) at Bengkulu City University, totaling 115 individuals. The sample was selected using total sampling, where all investors and GIBEL managers were included as the sample. The research data was analyzed using the SmartPLS version 4 analysis tool. The results of the study indicate that the direct effect of the first hypothesis, social media, has a positive and significant effect on investment decisions; the second hypothesis, risk management, has a positive and significant effect on investment decisions; the third hypothesis, social media, has a positive and significant effect on investor behavior; the fourth hypothesis, risk management, has a significant effect on investor behavior; and the fifth hypothesis, investor behavior, has a positive and significant effect on investment decisions. The results of the indirect effect analysis indicate that the sixth hypothesis, social media, has a significant effect on investment decisions through investor behavior, and the seventh hypothesis, risk management, has a significant effect on investment decisions through investor behavior. Overall, the results of this study indicate that social media and risk management have a significant effect on investment decisions based on investor behavior as an intervening variable.

Received: June 8, 2025

Revised: June 19, 2025

Accepted: July 15, 2025

Published: July 17, 2025

Curr. Ver.: July 17, 2025

**Keywords:** Investment Decisions, Investor Behavior, Risk Management, Social Media



Copyright: © 2025 by the authors.  
Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan manajemen risiko terhadap keputusan investasi berdasarkan perilaku investor sebagai variabel intervening. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (responden). Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa selaku investor dan pengurus Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEL) di Universitas Kota Bengkulu yang berjumlah 115 orang. Sampel diambil menggunakan teknik total sampling dimana seluruh investor dan pengurus GIBEL menjadi sampel. Data penelitian ini diolah menggunakan alat analisis SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung (*direct effect*) hipotesis pertama media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, hipotesis kedua manajemen risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, hipotesis ketiga media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor, hipotesis

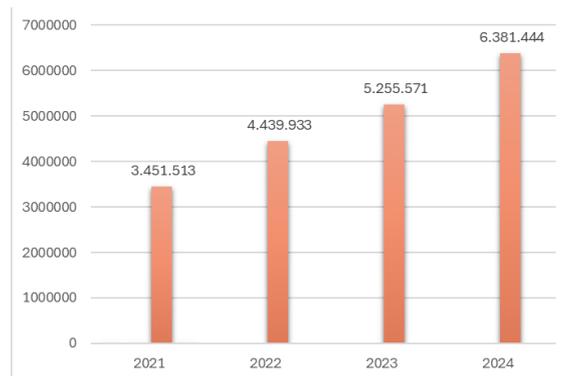
keempat manajemen risiko berpengaruh signifikan terhadap perilaku investor, hipotesis kelima perilaku investor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian dari pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) menunjukkan bahwa hipotesis keenam media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui perilaku investor dan hipotesis ketujuh manajemen risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui perilaku investor. secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan media sosial dan manajemen risiko terhadap keputusan investasi berdasarkan perilaku investor sebagai variabel intervening.

**Kata kunci :** Keputusan Investasi, Manajemen Risiko, Media Sosial, Perilaku Investor

### 1. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan ekonomi yang sangat pesat, investasi menjadi topik yang sangat populer ditengah masyarakat dan menarik minat dari beragam kelompok masyarakat. Investasi dapat didefinisikan sebagai tindakan untuk mengalokasikan sejumlah dana dalam bentuk suatu asset atau proyek dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa mendatang. saat ini, tren investasi semakin tersebar ke berbagai lapisan masyarakat (Dwiyanti, 2024).

Perekonomian di Indonesia pun semakin berkembang dengan melihat jumlah investor dari data KSEI yang meningkat setiap tahun.



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Investor Saham Indonesia Tahun 2021-2024

Berdasarkan grafik data dari KSEI menunjukkan bahwa persentase dari sisi jumlah investor, sejak akhir Desember 2021 hingga 27 Desember 2024, jumlah *Single Investor Identification* (SID) investor saham tumbuh dari 3.451.513 juta SID menjadi 6.381.444 juta SID. Jumlah tersebut merupakan jumlah SID terkonsolidasi yang terdiri dari investor saham, dapat dilihat jumlah SID selalu mengalami peningkatan yang signifikan dalam 4 tahun terakhir. Hal ini menandakan dan membuktikan bahwa kesadaran dan minat masyarakat Indonesia untuk berinvestasi semakin berkembang (BEI, 2024).

Bursa Efek Indonesia (2025) melalui siaran pers menyatakan peningkatan *Single Investor Identification* (SID) dalam perannya tidak terlepas dari adanya keikutsertaan Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bekerjasama dengan Perguruan Tinggi untuk mendirikan Galeri Investasi. Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah sarana untuk memperkenalkan Pasar Modal sejak dini kepada dunia akademisi. Galeri Investasi BEI berkonsep *3 in 1* yang merupakan kerjasama antara BEI, Perguruan Tinggi dan Perusahaan Sekuritas diharapkan tidak hanya memperkenalkan Pasar Modal dari sisi teori saja akan tetapi juga prakteknya. Berdasarkan data terbaru Bursa Efek Indonesia (BEI), terdapat 927 Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI). Jumlah di Kota Bengkulu terdapat 17 GIBEI yang tersebar di berbagai institusi, termasuk perguruan tinggi, sekolah menengah, serta instansi swasta dan negeri. Khusus tingkat perguruan tinggi jumlah GIBEI pada akhir tahun 2024 terdapat 6 Galeri Investasi

aktif yang tersebar pada berbagai perguruan tinggi negeri dan swasta (BEI kp. Bengkulu, 2025).

Peningkatan pada aktivitas investasi tersebut juga berkaitan erat dengan keputusan investasi oleh investor. Seiring dengan bertambahnya jumlah investor di pasar modal saham, maka semakin banyak pula keputusan investasi yang akan dibuat. Hal ini akan menjadi sorotan apakah investor sudah melakukan suatu keputusan investasi sesuai dengan dasar-dasar keputusan investasi (Budiarto et al., 2017).

Salah satu faktor yang dapat mendorong minat seseorang, terutama mahasiswa untuk berinvestasi adalah kemudahan dalam mengakses informasi mengenai investasi, yang kini banyak tersedia melalui media sosial. Media sosial berfungsi sebagai platform untuk berbagi informasi, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah menjadi medium utama dalam media sosial, terutama bagi influencer dan perusahaan sekuritas untuk memberikan edukasi dan informasi terkait investasi (Tryaswati et al., 2024).

Selain itu, manajemen risiko memiliki peranan yang sangat krusial, karena merupakan langkah strategis untuk mengenali, menganalisis, dan mengelola risiko demi meminimalkan dampak negatif terhadap portofolio investasi (Syafiqah et al., 2025). Dengan memahami manajemen risiko investor dapat memilih strategi investasi yang sesuai dan menghindari keputusan impulsif yang dapat merugikan dimasa depan.

Kemudian, perilaku investor sebagai pola dalam menghasilkan keputusan, sikap, dan preferensi yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, ekonomi, dan sosial dalam proses berinvestasi (Thanushree, 2024). Perilaku berbeda dari setiap investor akan mendorong pengambilan keputusan investasi yang berbeda pula.

Maka berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti isu pengaruh peningkatan investor saham di pasar modal Indonesia dengan beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya dengan mengukur sejauh mana variabel media sosial dan manajemen risiko mempengaruhi keputusan investasi berdasarkan perilaku investor sebagai variabel intervening.

## **2. Kajian Pustaka atau Penelitian Terkait**

### **2.1 Perilaku Terencana**

Teori perilaku terencana diperkenalkan oleh Ajzen (1991). Teori ini digunakan untuk menjelaskan dalam pemahaman, perkiraan, dan transformasi perilaku manusia (Poswa-Scholzen, 1985). Dalam Teori Perilaku Terencana, terdapat tiga variabel utama yang digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait perilaku, yaitu: sikap terhadap perilaku, persepsi dan norma subjektif mengatur Perilaku. Teori perilaku terencana sebagai indikator atau prediktor perilaku karena mengekspresikan tingkat upaya individu yang bersedia untuk mengembangkan tindakan nyata (Indrayanti, 2020).

### **2.2 Media Sosial**

Media sosial merupakan ruang digital yang memungkinkan orang dan komunitas untuk saling berbagi, berinteraksi, dan mengakses informasi dengan cepat dan secara luas. Menurut (Hidayati & Yansi, 2020) Kondisi ini akan sangat mendukung komunikasi interaktif tanpa hambatan dan jarak. Di dalamnya, interaksi sosial dapat terjadi antara individu, antara individu dan kelompok, antar kelompok, bahkan secara massal antara individu dan kelompok.. Menurut (Rachma, 2024) marak ditemuinya trend “FOMO” dan “YOLO” pada generasi milenial salah satunya dalam hal menghabiskan banyak waktu dalam bermain sosial media, dimana mereka lebih mudah mengakses kehidupan orang lain termasuk kebiasaan dan kegiatan sehari-hari dari para pengguna sosial media termasuk seorang sosial media influencer. Seperti Raditya Dika yang tak hanya dikenal sebagai seorang komika, penulis, dan YouTuber namun rupanya juga kerap memberikan edukasi mengenai pengelolaan keuangan dan investasi melalui media sosial.

### 2.3 Manajemen Risiko

Menurut Darmawi (2022) manajemen risiko merupakan rangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi mengukur, memantau, dan mengendalikan risiko yang tidak dapat diprediksi. Menurut Kheradmand et al., (2020) risiko adalah peristiwa yang tidak pasti. Apabila terjadi, akan memiliki efek positif atau negatif pada satu atau lebih tujuan organisasi. Menurut Krisnandi et al., (2019) istilah manajemen berasal dari bahasa Inggris, yakni dari kata *to manage* yang berarti mengurus, mengawasi, atau mengatur. Menurut Arta et al., (2021) Bidang ilmiah manajemen risiko mengkaji bagaimana bisnis menggunakan standar pengukuran untuk mengatasi berbagai masalah terkini melalui penggunaan berbagai teknik manajemen secara komprehensif dan sistematis.

### 2.4 Keputusan Investasi

Menurut Rido et al., (2021) dalam pengambilan keputusan investasi, investor akan dihadapkan dengan berbagai pertimbangan. Pertimbangan tersebut berasal dari internal investor yang merupakan kemampuan yang dimiliki dalam menganalisis setiap informasi yang diterima dan pertimbangan eksternal yang berasal dari rekomendasi-rekomendasi pihak luar kepada investor tersebut. Menurut (Lakoni, 2018) Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi menggambarkan keadaan masa lalu maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Menurut Subyantoro et al., (2020) investor dalam mengambil keputusan harus menguasai konsep awal investasi yang dijadikan dasar pedoman pengambilan keputusan. Konsepnya adalah penjelasan tentang hubungan pengembalian yang diinginkan dan risiko investasi. Semakin tinggi hasil yang diharapkan (*return*) maka semakin tinggi risiko yang dihadapi (*risk*) atau investor menyebutnya *high risk? high return?*.

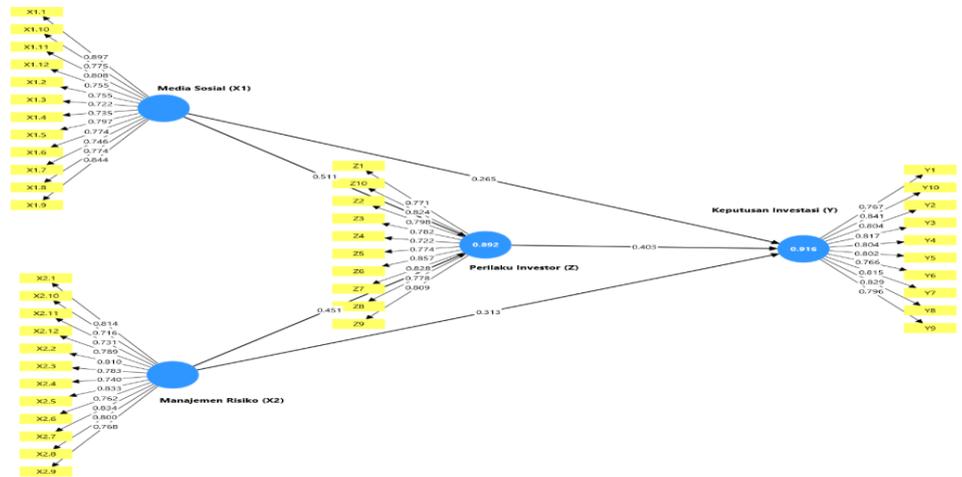
### 2.5 Perilaku Investor

Perilaku investor memiliki peran penting berkaitan dengan keputusan investasinya di pasar modal karena sebuah keputusan investasi yang tepat tidak hanya didasarkan pada faktor fundamental dan tehnikal belaka sebagai aspek rasional, tetapi dipengaruhi juga oleh faktor psikologis, yaitu perilaku investor yang merupakan aspek irasional dalam perdagangan saham (Sadeli et al., 2021). Menurut (Marfuah et al., 2021) perilaku investor mahasiswa di pasar modal sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan pemahaman mereka tentang investasi. Mahasiswa yang terlibat dalam program galeri investasi cenderung memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang mekanisme pasar modal, yang berkontribusi pada keputusan investasi yang lebih baik. Maka dalam hal ini, pengetahuan sangat menjadi faktor pendukung seseorang dalam bersikap, karena akan memunculkan perilaku rasional dalam menggunakan informasi yang ada secara sistematis dan mempertimbangkan konsekuensi dari tindakan atau keputusan mereka sebelum membuat keputusan menurut (Nanik et al., 2024). Dengan kata lain, pengetahuan yang dimiliki investor merupakan dasar utama dalam menilai peluang dan risiko secara rasional sehingga tidak terjebak pada spekulasi semata.

## 3. Metode yang Diusulkan

Penelitian ini bersifat eksplanatori menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi selaku pengurus dan investor yang tergabung dalam Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI) di Universitas kota Bengkulu. Adapun populasi dalam penelitian ini terdiri dari 6 GIBEI yakni Galeri Investasi BEI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Universitas Prof. Dr. Hazairin SH, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu, Universitas Dehasen dan Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Sampel menggunakan teknik sampling jenuh (sensus). Menurut (Sugiyono, 2019) teknik sampling Jenuh (sensus) adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, dengan begitu penelitian ini memiliki 115 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Kuisisioner dengan Metode Analisa program *Structural Equational Modeling* (SEM) *partical last square* (PLS) *software* Smart-PLS versi 4.

**4. Hasil dan Pembahasan**  
**Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)**  
**Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)**



**Gambar 1. *Outer Model***

Analisa *outer model* berfungsi untuk mendefinisikan setiap variabel yang berhubungan dengan variabel latennya pada uji yang dilakukan pada *outer model*.

***Convergent Validity***

Pada penelitian pengujian *convergent validity* yaitu dengan melihat nilai *outer loading*. Nilai *loading factor* menunjukkan sejauh mana korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor konstruk yang diukurinya.

**Tabel 1. *Outer Loadings***

Indikator	Media Sosial (X1)	Manajemen Risiko (X2)	Keputusan Investasi (Y)	Perilaku Investor (Z)	Keterangan
X1.1	0,897				Valid
X1.2	0,755				Valid
X1.3	0,722				Valid
X1.4	0,735				Valid
X1.5	0,797				Valid
X1.6	0,774				Valid
X1.7	0,746				Valid
X1.8	0,774				Valid
X1.9	0,844				Valid
X1.10	0,775				Valid
X1.11	0,808				Valid
X1.12	0,755				Valid
X2.1		0,814			Valid
X2.2		0,810			Valid
X2.3		0,783			Valid
X2.4		0,740			Valid
X2.5		0,833			Valid
X2.6		0,762			Valid

Indikator	Media Sosial (X1)	Manajemen Risiko (X2)	Keputusan Investasi (Y)	Perilaku Investor (Z)	Keterangan
X2.7		0,834			Valid
X2.8		0,800			Valid
X2.9		0,768			Valid
X2.10		0,716			Valid
X2.11		0,731			Valid
X2.12		0,789			Valid
Y1			0,767		Valid
Y2			0,804		Valid
Y3			0,817		Valid
Y4			0,804		Valid
Y5			0,802		Valid
Y6			0,766		Valid
Y7			0,815		Valid
Y8			0,829		Valid
Y9			0,796		Valid
Y10			0,841		Valid
Z1				0,771	Valid
Z2				0,798	Valid
Z3				0,782	Valid
Z4				0,722	Valid
Z5				0,774	Valid
Z6				0,857	Valid
Z7				0,828	Valid
Z8				0,778	Valid
Z9				0,809	Valid
Z10				0,824	Valid

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1,2025

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS penelitian ini memiliki nilai *outer loading* yang lebih besar dari 0,70 dan dikatakan valid. Diketahui seluruh nilai *outer loadings* > 0,7. Yang berarti telah memenuhi syarat validitas berdasarkan nilai *outer loadings*.

**Discriminant Validity**

*Discriminant validity* digunakan untuk menilai sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan dari konstruk lainnya dalam model. Suatu *konstruk* dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik apabila nilai korelasi antara indikator dengan *konstruk*nya sendiri lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi terhadap konstruk lain. Dengan kata lain, indikator harus lebih merepresentasikan *konstruk* asalnya dibandingkan konstruk lain.

**Tabel 2. Nilai discriminant validity / cross loadings.**

Indikator	Media Sosial (X1)	Manajemen Risiko (X2)	Keputusan Investasi (Y)	Perilaku Investor (Z)	Keterangan
X1.1	<b>0,897</b>	0,863	0,859	0,861	Valid
X1.2	<b>0,755</b>	0,651	0,642	0,684	Valid
X1.3	<b>0,722</b>	0,690	0,677	0,683	Valid
X1.4	<b>0,735</b>	0,691	0,661	0,695	Valid
X1.5	<b>0,797</b>	0,728	0,718	0,706	Valid
X1.6	<b>0,774</b>	0,732	0,746	0,734	Valid
X1.7	<b>0,746</b>	0,662	0,681	0,684	Valid
X1.8	<b>0,774</b>	0,683	0,731	0,729	Valid
X1.9	<b>0,844</b>	0,792	0,786	0,777	Valid
X1.10	<b>0,775</b>	0,746	0,742	0,681	Valid
X1.11	<b>0,808</b>	0,759	0,773	0,778	Valid
X1.12	<b>0,755</b>	0,720	0,698	0,703	Valid
X2.1	0,743	<b>0,814</b>	0,745	0,733	Valid
X2.2	0,758	<b>0,810</b>	0,756	0,735	Valid
X2.3	0,686	<b>0,783</b>	0,718	0,689	Valid
X2.4	0,688	<b>0,740</b>	0,712	0,692	Valid
X2.5	0,745	<b>0,833</b>	0,749	0,750	Valid
X2.6	0,716	<b>0,762</b>	0,714	0,709	Valid
X2.7	0,788	<b>0,834</b>	0,790	0,793	Valid
X2.8	0,762	<b>0,800</b>	0,759	0,721	Valid
X2.9	0,739	<b>0,768</b>	0,712	0,758	Valid
X2.10	0,620	<b>0,716</b>	0,635	0,656	Valid
X2.11	0,718	<b>0,731</b>	0,683	0,697	Valid
X2.12	0,756	<b>0,789</b>	0,763	0,745	Valid
Y1	0,714	0,685	<b>0,767</b>	0,690	Valid
Y2	0,753	0,724	<b>0,804</b>	0,776	Valid
Y3	0,750	0,755	<b>0,817</b>	0,813	Valid
Y4	0,747	0,747	<b>0,804</b>	0,759	Valid
Y5	0,781	0,748	<b>0,802</b>	0,767	Valid
Y6	0,707	0,731	<b>0,766</b>	0,713	Valid
Y7	0,765	0,775	<b>0,815</b>	0,761	Valid
Y8	0,768	0,799	<b>0,829</b>	0,761	Valid
Y9	0,679	0,703	<b>0,796</b>	0,698	Valid
Y10	0,808	0,817	<b>0,841</b>	0,798	Valid
Z1	0,697	0,663	0,728	<b>0,771</b>	Valid
Z2	0,744	0,736	0,741	<b>0,798</b>	Valid
Z3	0,723	0,701	0,738	<b>0,782</b>	Valid
Z4	0,642	0,651	0,625	<b>0,722</b>	Valid

Indikator	Media Sosial (X1)	Manajemen Risiko (X2)	Keputusan Investasi (Y)	Perilaku Investor (Z)	Keterangan
Z5	0,716	0,723	0,716	<b>0,774</b>	Valid
Z6	0,800	0,830	0,821	<b>0,857</b>	Valid
Z7	0,783	0,794	0,813	<b>0,828</b>	Valid
Z8	0,756	0,722	0,712	<b>0,778</b>	Valid
Z9	0,728	0,745	0,766	<b>0,809</b>	Valid
Z10	0,788	0,774	0,779	<b>0,824</b>	Valid

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1,2025

Dari tabel di atas terlihat bahwa setiap indikator memiliki nilai *cross loadings* tertinggi pada variabelnya sendiri jika dibandingkan dengan variabel lain. Hal ini berarti bahwa masing-masing indikator sudah tepat dalam mengukur variabel yang dimaksud, sehingga dapat disimpulkan bahwa *discriminant validity* dalam penelitian ini sudah terpenuhi dengan baik.

### Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

Uji *discriminant validity* juga dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)* tiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya dalam model. Untuk menilai apakah konstruk valid dan reliabel, dapat dilihat dari nilai *reliabilitas* dan AVE. Sebuah konstruk dianggap memiliki *reliabilitas* yang baik jika nilai reliabilitasnya minimal 0,7 dan nilai AVE lebih dari 0,5.

Tabel 3. Nilai *composite reliability* dan *AVE*

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Keputusan Investasi (Y)	0,939	0,940	0,948	0,647
Manajemen Risiko (X2)	0,942	0,943	0,950	0,612
Media Sosial (X1)	0,942	0,945	0,950	0,614
Perilaku Investor (Z)	0,935	0,937	0,945	0,632

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1,2025

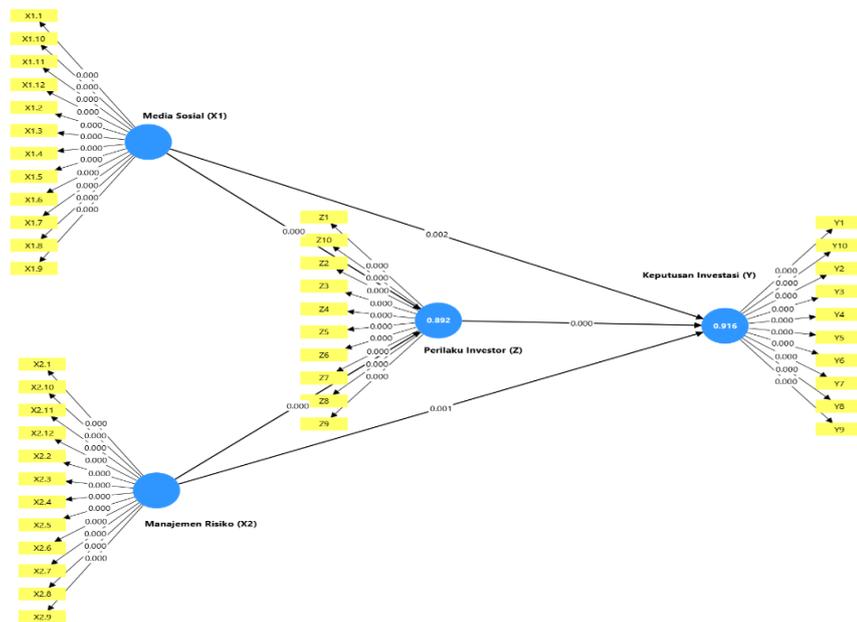
Berdasarkan tabel di atas seluruh konstruk menunjukkan nilai *composite reliability* di atas 0,7, yang menandakan bahwa tidak terdapat masalah reliabilitas dalam model ini. Selain itu, nilai *average variance extracted (AVE)* dari setiap konstruk juga berada di atas angka 0,5. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi standar reliabilitas yang direkomendasikan dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang dimaksud.

### Analisis Model Struktural (Inner model).

Setelah *outer model* dinyatakan memenuhi kriteria, tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian terhadap *inner model* (model struktural). *Inner model* menggambarkan hubungan antar variabel laten (konstruk) yang dibangun berdasarkan teori substantif yang digunakan dalam penelitian. Evaluasi terhadap model ini dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* untuk variabel dependen dan nilai t-statistik dari koefisien jalur (*path coefficient*).

### Uji Path Coefficient

*Path coefficient* digunakan untuk melihat besarnya pengaruh masing-masing variabel secara parsial serta arah hubungan antar variabel, apakah positif atau negatif. Evaluasi terhadap *path coefficient* ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat variabel independen memengaruhi variabel dependen.



Gambar 2. Inner Model

Berdasarkan gambar seluruh indikator dari variabel Media Sosial, Manajemen Risiko, Perilaku Investor, dan Keputusan Investasi digunakan secara penuh. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua indikator memenuhi kriteria *convergent validity* yang baik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam model ini memiliki nilai *path coefficient* yang bernilai positif.

**Coefficient Determination**

1. *R-Square*

Tabel 4. *R-Square* ( $R^2$ )

Variabel	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Keputusan Investasi (Y)	0,916	0,913
Perilaku Investor (Z)	0,892	0,890

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1,2025

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *R-Square* mampu menjelaskan variabel dependen Keputusan Investasi (Y) sebesar 0,916 atau 91,6% perolehan nilai ini dianggap sangat kuat dan sisanya sebesar 0,084 atau 8,4% diterangkan oleh konstruk lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan variabel Perilaku Investor (Z) diperoleh sebesar 0,892 atau 89,2%. perolehan nilai ini dianggap sangat kuat dan sisanya sebesar 0,108 atau 10,8% diterangkan oleh konstruk lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini.

2. *F-Square* ( $F^2$ )

Tabel 5. *F-Square* ( $F^2$ )

Indikator	Keputusan Investasi (Y)	Manajemen Risiko (X2)	Media Sosial (X1)	Perilaku Investor (Z)
Keputusan Investasi (Y)				
Manajemen Risiko (X2)	0,125			0,253
Media Sosial (X1)	0,085			0,326
Perilaku Investor (Z)	0,208			

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1,2025

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dijelaskan berikut ini :

1. **Manajemen Risiko → Keputusan Investasi**  
 $F^2 = 0,125$  (sedang), menunjukkan kontribusi signifikan manajemen risiko terhadap keputusan investasi.
2. **Media Sosial → Keputusan Investasi**  
 $F^2 = 0,085$  (sedang mendekati rendah), menunjukkan pengaruh moderat media sosial dalam pengambilan keputusan investasi.
3. **Perilaku Investor → Keputusan Investasi**  
 $F^2 = 0,208$  (besar), menunjukkan perilaku investor sangat berpengaruh terhadap keputusan investasi.
4. **Manajemen Risiko → Perilaku Investor**  
 $F^2 = 0,253$  (besar), menunjukkan manajemen risiko berpengaruh signifikan dalam membentuk perilaku investor.
5. **Media Sosial → Perilaku Investor**  
 $F^2 = 0,326$  (besar), menunjukkan media sosial berkontribusi kuat dalam membentuk perilaku investor.

**Uji Hipotesis**  
**Dirrect Effect**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengacu pada nilai *T-Statistics* dan *P-Values* sebagai dasar pertimbangan. Suatu hipotesis dapat dinyatakan diterima apabila nilai *P-Values* < 0,05.

**Tabel 6. Uji Hipotesis Pengaruh *Dirrect Effect***

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values	Ket.
Media Sosial (X1) -> Keputusan Investasi (Y)	0,265	0,266	0,091	2,920	0,002	Terbukti
Manajemen Risiko (X2) -> Keputusan Investasi (Y)	0,313	0,320	0,103	3,028	0,001	Terbukti
Media Sosial (X1) -> Perilaku Investor (Z)	0,511	0,508	0,101	5,068	0,000	Terbukti
Manajemen Risiko (X2) -> Perilaku Investor (Z)	0,451	0,455	0,101	4,439	0,000	Terbukti
Perilaku Investor (Z) -> Keputusan Investasi (Y)	0,403	0,395	0,092	4,381	0,000	Terbukti

Sumber : Data primer diolah SmartPLS 4.1,2025

Hasil pengujian *bootstrapping* dari analisis PLS yang digunakan dalam penelitian ini:

**1. Pengujian H<sub>1</sub> : Media Sosial terhadap Keputusan Investasi.**

Pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,265 dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,920. Nilai tersebut lebih besar dari *t-tabel* 1,96, dan nilai *p-value* sebesar 0,002, yang berarti nilai *p-value* < 0,05 atau 5%, sehingga dapat diartikan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

**2. Pengujian H<sub>2</sub> : Manajemen Risiko terhadap Keputusan Investasi.**

Pengaruh manajemen risiko terhadap keputusan investasi menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,313 dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,028. Nilai tersebut lebih besar dari *t-tabel* 1,96, dan nilai *p-value* sebesar 0,001, yang berarti nilai *p-value* < 0,05 atau 5%, sehingga dapat diartikan bahwa manajemen risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

**3. Pengujian H<sub>3</sub>: Media Sosial terhadap Perilaku Investor.**

Pengaruh media sosial terhadap perilaku investor menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,511 dengan nilai *t-statistic* sebesar 5,068. Nilai tersebut lebih besar dari *t-tabel* 1,96, dan nilai *p-value* sebesar 0,000, yang berarti nilai *p-value* < 0,05 atau 5%, sehingga dapat diartikan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor.

**4. Pengujian H<sub>4</sub>: Manajemen Risiko terhadap Perilaku Investor,**

Pengaruh manajemen risiko terhadap perilaku investor menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,451 dengan nilai *t-statistic* sebesar 4,439. Nilai tersebut < *t-tabel* 1,96, dan nilai *p-value* sebesar 0,000, yang berarti nilai *p-value* < 0,05 atau 5%, sehingga dapat diartikan bahwa manajemen risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor.

**5. Pengujian H<sub>5</sub>: Perilaku Investor terhadap Keputusan Investasi.**

Pengaruh perilaku investor terhadap keputusan investasi menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,403 dengan nilai *t-statistic* sebesar 4,381. Nilai tersebut lebih besar dari *t-tabel* 1,96, dan nilai *p-value* sebesar 0,000, yang berarti nilai *p-value* < 0,05 atau 5%, sehingga dapat diartikan bahwa perilaku investor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

**Indirect Effect**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada nilai *T-Statistics* dan *P-Values* sebagai dasar pengambilan keputusan. Suatu hipotesis dinyatakan signifikan atau diterima apabila nilai *P-Values* berada di bawah ambang batas 0,05.

**Tabel 7. Uji Hipotesis Pengaruh *Dirrect Effect***

Variabel	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P values</i>	<i>Ket.</i>
Media Sosial (X1) -> Perilaku Investor (Z) -> Keputusan Investasi (Y)	0,206	0,203	0,067	3,086	0,001	Terbukti
Manajemen Risiko (X2) -> Perilaku Investor (Z) -> Keputusan Investasi (Y)	0,181	0,178	0,053	3,413	0,000	Terbukti

Sumber : Data primer diolah *SmartPLS 4.1,2025*

Hasil pengujian *bootstrapping* dari analisis PLS yang digunakan dalam penelitian ini:

**1. Pengujian H<sub>6</sub> : Manajemen Risiko terhadap Keputusan Investasi yang dimediasi oleh Perilaku Investor sebagai variabel intervening.**

Menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,181, dengan nilai *T-statistics* sebesar 3,413, dan *P-values* sebesar 0,000. Karena nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05, Sehingga dapat disimpulkan bahwa Manajemen Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi dimediasi oleh Perilaku Investor sebagai variabel intervening.

**2. Pengujian H<sub>7</sub> : Media Sosial terhadap Keputusan Investasi yang dimediasi oleh Perilaku Investor sebagai variabel intervening.**

Menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,206, dengan *T-statistics* sebesar 3,086, dan *P-values* sebesar 0,001. Karena nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05, Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi yang dimediasi oleh Perilaku Investor sebagai variabel intervening.

## Pembahasan

Berikut adalah pembahasan hasil penelitian dari rumusan masalah yang telah diteliti sebagai berikut ini :

### 1. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi

Hasil penelitian variabel media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa yang tergabung dalam Galeri Investasi BEI (GIBEI) di Kota Bengkulu. Media sosial membantu mahasiswa untuk mengakses informasi tentang pasar saham, rekomendasi saham, serta edukasi seputar keuangan dan investasi secara cepat dan fleksibel. Hal ini berkaitan dengan indikator variabel media sosial mengenai penggunaan media sosial, rutinitas penggunaan media sosial, pencarian informasi investasi, menambah pengetahuan, penyaringan informasi dan menemukan investasi yang tepat sehingga indikator tersebut dapat mendukung keputusan investasi.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Setiawati et al. (2024) yang menyatakan bahwa media sosial secara signifikan memengaruhi keputusan investasi mahasiswa. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Hasanudin (2023) juga menyatakan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai pengaruh sosial yang kuat dalam pengambilan keputusan investasi. Namun, hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Permata (2021) yang menunjukkan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

### 2. Pengaruh Manajemen Risiko terhadap Keputusan Investasi

Hasil penelitian variabel manajemen risiko terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa GIBEI. Berdasarkan hasil kuesioner, mahasiswa menunjukkan pemahaman yang baik mengenai risiko dalam investasi, termasuk risiko kerugian finansial, risiko kinerja, risiko keamanan/fisik, risiko sosial, risiko waktu, dan risiko psikologis. Mereka menunjukkan kecenderungan untuk menimbang potensi risiko sebelum membuat keputusan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hadi et al. (2024) yang menyatakan bahwa manajemen risiko memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan investasi. Dikarenakan pemahaman risiko menjadi pertimbangan utama dalam mempertimbangkan kerugian yang diderita, agar masih mendapatkan jumlah keuntungan maksimal. Sementara itu, penelitian dari Angelika et al. (2024) menyatakan dari sisi manajemen risiko tentang persepsi risiko menunjukkan pengaruh negatif terhadap keputusan investasi.

### 3. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Investor

Hasil penelitian variabel media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor mahasiswa GIBEI. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, responden menyatakan bahwa mereka sering mengikuti konten-konten investasi di media sosial, baik dari lembaga keuangan, influencer, maupun komunitas investasi. Ini membentuk perilaku *herding* (ikut-ikutan) *Fear Of Missing Out* (FOMO) yang terverifikasi dengan baik dalam melakukan transaksi saham yang turut mempengaruhi psikologis mereka. Dalam teori perilaku terencana Ajzen (1991) media sosial memengaruhi norma subjektif dan sikap individu, yang pada akhirnya memengaruhi niat dan perilaku aktual.

Penelitian ini didukung oleh temuan Junaidi et al. (2023) media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku investor, yang berarti kualitas informasi di media sosial berkontribusi dalam memberikan informasi kinerja saham di media sosial yang mudah dipahami. Selanjutnya diperkuat dalam penelitian Chairunnisa et al. (2021) yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dalam memicu perilaku investor, baik dari segi emosi, persepsi risiko, maupun kepercayaan diri.

### 4. Pengaruh Manajemen Risiko terhadap Perilaku Investor

Hasil penelitian variabel manajemen risiko terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor mahasiswa GIBEI. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki kesadaran yang kuat dalam menghadapi risiko dan mampu mengelolanya secara rasional dalam pertimbangan investasi yang logis.

Jika dikaitkan dengan teori perilaku terencana Ajzen (1991) hal ini menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) oleh mahasiswa berada pada tingkat yang kuat dan signifikan dalam mendorong terbentuknya perilaku aktual. Artinya, mahasiswa tidak hanya mengetahui pentingnya manajemen risiko, tetapi juga memiliki keyakinan dan kemampuan dalam menerapkan prinsip-prinsip tersebut secara nyata dalam aktivitas investasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Bone et al. (2019) yang menyatakan bahwa manajemen risiko dari sisi persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan perilaku investor.

### 5. Pengaruh Perilaku Investor terhadap Keputusan Investasi

Hasil penelitian variabel perilaku investor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki kebiasaan untuk mencari informasi, mengevaluasi risiko, dan mengikuti strategi tertentu lebih siap dalam membuat keputusan investasi. Dalam kerangka teori perilaku terencana, perilaku aktual merupakan hasil dari niat yang dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Maka dari itu, semakin baik perilaku investasi mahasiswa, semakin tinggi kecenderungan mereka dalam mengambil keputusan yang rasional.

Penelitian ini didukung oleh Pratama et al. (2020) yang membuktikan bahwa kecenderungan perilaku investasi para investor, reaksi *over/under*, perilaku *herd* dan juga persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Selanjutnya diperkuat dengan penelitian Chand (2024) yang menyatakan bahwa perilaku investor memengaruhi keputusan investasi secara langsung.

### 6. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi melalui Perilaku Investor

Hasil penelitian variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi yang dimediasi oleh perilaku investor sebagai variabel intervening. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya memberikan pengaruh secara langsung terhadap keputusan investasi mahasiswa, tetapi juga secara tidak langsung melalui pembentukan perilaku investor. Mahasiswa cenderung membentuk pola dan kecenderungan dalam berinvestasi berdasarkan referensi, informasi, dan narasi yang mereka terima dari berbagai platform media sosial. Perilaku ini pada akhirnya berdampak pada psikologis mereka yang akan mengambil keputusan dalam berinvestasi.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Maniy et al. (2023) yang menyatakan bahwa media sosial memengaruhi keputusan investasi melalui perilaku investor sebagai variabel intervening. Selain itu, penelitian Smrithi (2024) menunjukkan hubungan yang signifikan antara keterlibatan media sosial dan pilihan investasi lintas generasi, menunjukkan bahwa perilaku investor dipengaruhi oleh media sosial, yang bertindak sebagai variabel intervening dalam pengambilan keputusan keuangan di antara Generasi X, milenial, dan Generasi Z.

### 7. Pengaruh Manajemen Risiko terhadap Keputusan Investasi melalui Perilaku Investor

Hasil penelitian variabel manajemen risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi yang dimediasi oleh perilaku investor sebagai variabel intervening. Dalam teori perilaku terencana, seseorang akan bertindak jika merasa mampu mengendalikan risiko. Dengan kata lain, mahasiswa yang percaya dapat mengelola risiko investasi akan berperilaku lebih terencana dan rasional, yang menghubungkan pemahaman risiko dengan keputusan investasi yang diambil. Penelitian ini sejalan dengan Putri et al. (2024) yang menyatakan bahwa manajemen risiko dari sisi toleransi risiko yang tepat tercermin dari perilaku investor dalam keputusan investasi, sehingga menunjukkan bahwa *overconfidence* bias dan toleransi risiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

## 6. Kesimpulan dan Saran

### Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima, bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

2. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H<sub>2</sub> diterima, bahwa manajemen risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H<sub>3</sub> diterima, bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H<sub>4</sub> diterima, bahwa manajemen risiko berpengaruh signifikan terhadap perilaku investor.
5. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H<sub>5</sub> diterima, bahwa perilaku investor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

#### Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H<sub>6</sub> diterima, bahwa media sosial secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui perilaku investor sebagai variabel intervening.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H<sub>7</sub> diterima, bahwa manajemen risiko secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui perilaku investor sebagai variabel intervening.

#### Saran

1. Untuk Lembaga Pendidikan dan GIBEI :  
Disarankan untuk meningkatkan konten edukatif melalui media sosial dan mengadakan pelatihan manajemen risiko yang bekerjasama dengan BEI secara rutin agar mahasiswa dapat mengambil keputusan investasi yang rasional dan bertanggung jawab. Penguatan perilaku investor juga dapat dilakukan melalui simulasi pasar saham atau forum diskusi. Penting untuk menekankan pengambilan keputusan investasi berdasarkan analisis risiko dan tujuan keuangan.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya :  
Dapat menambahkan variabel baru seperti literasi keuangan digital, pengaruh keluarga, atau pengaruh lingkungan untuk memperkaya model penelitian serta menangkap faktor-faktor psikososial yang mempengaruhi perilaku dan keputusan investasi.

#### Daftar Pustaka

- [1] Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- [2] Angelika, A., & Alinto, D. L. A. (2024). *Hubungan Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z*. 2(9), 243–249.
- [3] Arta, I. P. S., Satriawan, D. G., Bagiana, I. K., Loppies, Y., Shavab, F. A., Mala, C. M. F., ... & Utami, F. (2021). *Manajemen Risiko, Tinjauan Teori Dan Praktis*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung
- [4] BEI. (2024). “Sukses Tutup Tahun 2024, Pertumbuhan Positif Mendorong Kepercayaan Pasar Modal Indonesia.” *PT. Bursa Efek Indonesia*. <https://www.idx.co.id/id/berita/siaran-pers/2288>
- [5] Bengkulu., Bursa Efek Indonesia Wilayah Provinsi (BEI, K. B. (2024). *Data Investor Pasar Modal Bengkulu*.
- [6] Bone, H., & Saputra, P. H. (2019). Faktor Individu, Persepsi Risiko, dan Sikap Terhadap Risiko dalam Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 108–121. <https://doi.org/10.33369/insight.14.2.108-121>
- [7] Budiarto, Angga, and S. S. (2017). Pengaruh Financial Literacy, Overconfidence, Regret Aversion Bias, dan risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Investor Pt. Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi Bei Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(2), 1–9.
- [8] Chairunnisa, A., & Dalimunthe, Z. (2021). Indonesian Stock’s Influencer Phenomenon: Did Financial Literacy on Millennial Age Reduce Herding Behavior? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 23(2), 62–68. <https://doi.org/10.9744/jak.23.2.62-68>
- [9] Chand, P. (2024). The Impact of Behavioral Factors on Stock Investment Decision: Evidence from Individual Investors in Nepal. *Multidisciplinary and Multilingual Journal*, 6–7, 32–48. <https://doi.org/10.3126/mg.v7i1.70037>
- [10] Darmawi, H. (2022). *Manajemen Risiko*. Jakarta: Bumi Aksara.

- [11] Dwiyantri, Heni., and M. A. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Investasi Saham. *Journal of Exploratory Dynamic Problems*, 1(4), 160–169.
- [12] Hadi, D., & Herma Wiharno, and A. A. Y. (2024). “Faktor Keputusan Investasi Saham Dengan Manajemen Risiko Sebagai Variabel Moderating.” *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 20.1, 117–130.
- [13] Hasanudin, H. (2023). *The Role Of Social Media In Influencing Investment*. 3(01), 124–130.
- [14] Hidayati, A., & Yansi, M. (2020). ROLE OF SOCIAL MEDIA IN MARKETING OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) PRODUCT DURING COVID 19 PANDEMIC. *Jurnal Ilmiah Teunuleh*, 1(2), 239–249. <https://doi.org/10.51612/teunuleh.v1i2.39>
- [16] Indrayanti, W., & Iskandar, D. D. (2020). Teori Perilaku Terencana dan Minat Wirausaha Pemuda di Kabupaten Tegal. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 3–6. <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2673>
- [17] Junaidi, J., & Nurhidayah, N. (2023). Social media impact on trading behavior: An examination among Indonesian young adult investors with capital market literacy as a mediator. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 20(1), 136–155. <https://doi.org/10.31106/jema.v20i1.19687>
- [17] Kheradmand, Y., Honarbakhsh, A., Movahedifar, S. M., & Afshari, A. R. (2020). Development of a risk management model for water and sewage projects using interpretive structural modeling. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 11, 31–52.
- [18] Lakoni, I. (2018). Pengaruh Pengumuman Laporan Keuangan Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Creative Research Management Journal*, 1(1), 73. <https://doi.org/10.32663/crmj.v1i1.624>
- [19] Maha Nanik, E., Lakoni, I., & Safrianti, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Intervening pada Gen Z di Kota Bengkulu. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2409–2424. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.385>
- [20] Maniy, V. M. R., S, R. P., S, T. S., Sadanand, P. A., & Vinoth, S. (2023). the Impact of Social Media on Investment Decisions: an Empirical Analysis of User Behavior on Investment Platforms. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 05. <https://doi.org/10.56726/irjmets38929>
- [21] Permata, I. J. B. (2021). Analisis Pengaruh Edukasi Pasar Modal Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi ( Studi Pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun Di Jawa Barat ). In *Skripsi, Politeknik Negeri Jakarta*.
- [22] Pratama, A. O., Purba, K., Jamhur, J., & Tri Prasetyo, P. B. (2020). Pengaruh Faktor Perilaku Investor Saham Terhadap Keputusan Investasi di Bursa Efek Indonesia. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 170–179. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i2.8659>
- [23] Putri, I. G. A. P. T.; Sawitri; N. P. Y. R.; Wijaya; B. A.; & Sudiyani; (2024). Peran Mediasi Toleransi Risiko Dalam Analisis Determinasi Keputusan Investasi Mahasiswa Kota Denpasar. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 154–171. <https://doi.org/10.32534/jv.v19i1.5035>
- [24] Sadeli, Y., Amiruddin, A., & J, D. (2021). Eksplorasi Perilaku Investor Individu Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Suatu Pendekatan Fenomenologi. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 18, 279–289. <https://doi.org/10.37476/akmen.v18i3.1754>
- [25] Setiawati, A. A., Venusita, L., Akuntansi, P. S., Surabaya, U. N., & Modal, E. P. (2024). Pengaruh Media Sosial, Edukasi Pasar Modal Dan Penggunaan Analisis Fundamental Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal ( Studi Pada Masasiswa Investor Saham Di Surabaya ). *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 1015–1025.
- [26] Smrithi, S. (2024). A Study on The Social Media Influence on Financial Decisions. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 12(4), 3388–3395. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2024.60160>
- [27] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. In Alfabeta Bandung.
- [28] Syafiqah, N. A., Khairunissa, N., Saragih, N., & Gibran, M. (2025). Manajemen Risiko Dalam Pengambilan Keputusan Investasi : Perspektif Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Motivasi Pendidikan Dan Bahasa*, 3.1.

- 
- [29] Thanushree, F. (2024). Understanding Investor Behaviour: Insights from Behavioural Finance in the Indian Context. *International Journal of Research Publication and Reviews*. <https://doi.org/https://doi.org/10.55248/gengpi.5.0524.1305>
- [30] Tryaswati, S. P., & Astuti, C. D. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko Investasi, Dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Dengan Dimoderasi Teknologi Media Sosial. *Value*, 5(1), 154–171. <https://doi.org/10.36490/value.v5i1.1296>
- [31] Wulandari, D. A. dan R. I. (2014). Studi experienced regret, risk tolerance, overconfidence dan risk perception pada pengambilan keputusan investasi. *Journal of Business and Banking*, 4.1.