



Pengaruh Media Sosial dan Herding Behavior terhadap Keputusan Investasi Generasi Z di Kota Denpasar dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi

Kadek Dellavia Vinata Prabandari¹, Ketut Tanti Kustina²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: ¹dellaviaa22@gmail.com, ²tantikustina@undiknas.ac.id

Korespondensi penulis: dellaviaa22@gmail.com

Abstract. This study titled "The Influence of Social Media and Herding Behavior on Investment Decisions of Generation Z in Denpasar City with Financial Literacy as a Moderating Variable" aims to analyze how social media and herding behavior affect investment decision-making among Generation Z in Denpasar City, and to examine the moderating role of financial literacy. This research employs a quantitative method, with data collected through questionnaires distributed to 100 respondents selected using purposive sampling. The respondents consist of Generation Z individuals who actively invest and use social media. The findings indicate that both social media and herding behavior have a significant positive influence on investment decisions. Furthermore, the moderation analysis reveals that financial literacy weakens the influence of social media and herding behavior on investment decisions among Generation Z. This study contributes to the understanding of how financial literacy can mitigate the impact of unverified information circulating on social media, and highlights the importance of financial education for younger generations to support more rational investment decision-making.

Keywords: Social Media, Herding Behavior, Investment Decisions, Financial Literacy, Generation Z, Denpasar City.

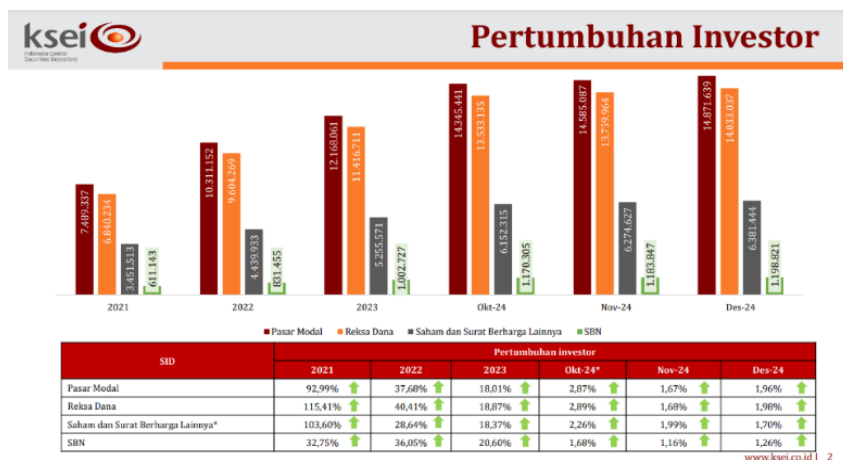
Abstrak. Penelitian ini berjudul "Pengaruh Media Sosial dan Herding Behavior terhadap Keputusan Investasi Generasi Z di Kota Denpasar dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi". Riset ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana media sosial dan herding behavior mempengaruhi keputusan investasi yang diambil oleh Generasi Z di Kota Denpasar, serta ingin memahami bagaimana literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi. Riset ini menerapkan metode kuantitatif dengan pengumpulan data dari angket yang dibagikan untuk 100 responden yang sudah ditetapkan melalui purposive sampling. Responden meliputi Generasi Z yang aktif berinvestasi dan memakai media sosial. Hasil riset membuktikan jika media sosial dan herding behavior berkontribusi signifikan positif pada keputusan investasi. Hasil pengaruh moderasi membuktikan jika literasi keuangan melemahkan pengaruh media sosial dan herding behavior pada keputusan investasi Generasi Z. Riset ini memberikan kontribusi dalam pemahaman bagaimana literasi keuangan dapat berperan dalam menanggulangi pengaruh informasi yang tidak terverifikasi yang tersebar di media sosial, dan pentingnya edukasi keuangan bagi generasi muda dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional.

Kata Kunci: Media Sosial, Herding Behavior, Keputusan Investasi, Literasi Keuangan, Generasi Z, Kota Denpasar.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan investor domestik pada pasar modal Indonesia dari waktu ke waktu selalu mendapati kenaikan terkhusus selama periode 2024. Dari laporan PT.Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), total investor pasar modal disajikan di gambar 1. Pada gambar tersebut terlihat jika total *Single Investor Identification* (SID) pasar modal dengan keseluruhan per Desember 2024 mencapai 14,87 juta investor maupun naik 22,21% ketimbang penghujung periode 2023 sejumlah 12,16 juta investor. Menurut total semua investor pasar modal ini, total investor reksa dana menggapai 14,03 juta di Desember 2024 atau melesat 22,9% ketimbang penghujung periode 2023 sejumlah 11,41 juta investor. Total investor saham serta surat

berharga lain di Desember 2024 menggapai 6,38 juta SID, naik pula 21,42% ketimbang Desember 2023 yang sejumlah 5,25 juta investor. Total investor SBN menginjak 1,19 juta SID di Desember 2024, maupun naik 19,5% ketimbang Desember 2023 (KSEI, 2024).



Gambar 1. Pertumbuhan *Single Investor Identification* (SID) di Indonesia.

Sumber: (KSEI, 2024)

Dalam konteks ini, generasi muda, khususnya Generasi Z, memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak investasi. Generasi Z, yang lahir kisaran periode 1997 sampai 2012, adalah kalangan generasi yang unik secara sifat yang begitu khas dari generasi terdahulu. Mereka berkembang pada zaman digital dengan akses yang besar dari informasi, yang memberikan pengaruh besar terhadap pola pikir dan keputusan mereka, termasuk dalam hal investasi (Alfiani Putri, 2024).

Menurut Budiarto & Susanti dalam Wildan Mutawally & Asandimitra (2019) Keputusan untuk berinvestasi adalah suatu kebijakan yang diambil berdasarkan 2 maupun banyak pilihan dalam menanam modal, berdasarkan ekspektasi bisa memperoleh benefit pada waktu mendatang. Jumlah investor di pasar modal yang terus meningkat akan menyebabkan lebih banyak keputusan investasi yang dibuat. Sejalan terhadap bertambahnya total investor pada pasar modal, yang juga banyak didorong oleh kemudahan akses informasi dan platform investasi daring, secara otomatis akan mendorong semakin banyaknya keputusan investasi yang harus diambil. Keputusan investasi menurut Subedi & Bhandari (2024) dapat didampaki dari segi psikologis. Sedangkan menurut Ovami et al. (2024) keputusan investasi bisa dipengaruhi dari literasi keuangan, persepsi risiko serta pengembalian. Situasi tersebut menggambarkan jika keputusan investasi Gen-Z tidak hanya didampaki dari faktor internal, namun juga sangat rentan terhadap informasi eksternal yang bersumber dari media sosial.

Keputusan investasi yang dipilih terhadap Gen-Z tetap terdampak dari informasi pada media sosial, menjadikan memperluas risiko sebagai korban penipuan yang berpura-pura berkaitan terhadap investasi. Berdasarkan studi Zanesty et al. (2022) yang mengungkapkan jika influencer media sosial menghasilkan dampak signifikan positif pada pembelian cryptocurrency penduduk Indonesia. Disamping demikian, media sosial sanggup memicu kalangan muda untuk berinvestasi (Dian Handy Permana et al., 2022). Temuan studi ini mengindikasikan jika media sosial berpeluang memfasilitasi perluasan informasi untuk investor guna memicu pengambilan keputusan investasi (Sani & Santi Paramita, 2024). Namun demikian, kemajuan ini tidak selalu diiringi oleh kemampuan untuk mengelola dan menganalisis informasi secara bijak. Arus informasi yang cepat dan masif melalui media sosial juga menimbulkan tantangan baru, terutama dalam hal validitas dan objektivitas informasi.

Di era digital, media sosial menjalankan fungsi utama dalam membentuk perspektif serta keputusan investasi Gen-Z. Sebagai generasi yang aktif di jejaring media sosial semisal Instagram, Twitter, serta TikTok, Generasi Z sering menerima informasi keuangan dari influencer, komunitas daring, dan konten viral. Menurut data dari Eraspace (2024), sebanyak 34,4% Generasi Z menggunakan media sosial dalam menghasilkan informasi. Namun, informasi yang tersebar pada media sosial seringkali tidak terverifikasi, sehingga dapat mendampaki keputusan investasi dengan positif maupun negatif. Sedangkan studi yang dilakukan oleh Hasanudin (2023) menyatakan jika media sosial menghasilkan dampak yang cukup besar bagi keputusan investasi pada kelompok generasi milenial. Akibat dari meningkatnya penggunaan media sosial tersebut, platform ini menjadi rujukan informasi penting bagi pengambilan keputusan, termasuk keputusan investasi. Hal tersebut juga dibuktikan dalam studi Muhammad Rais et al. (2023) yang menerangkan jika media sosial berdampak positif signifikan bagi minat investasi saham syariah pada Gen-Z. Pengaruh media sosial ini tidak hanya membentuk preferensi investasi, tetapi juga memicu munculnya perilaku mengikuti mayoritas atau *herding behavior* pada pengambilan keputusan investasi.

Pada konteks ini, muncul fenomena *herding behavior*, yaitu kondisi di mana seseorang mengikuti keputusan kelompok atau individu lain dalam berinvestasi tanpa melakukan analisis sendiri, karena merasa bahwa tindakan orang lain lebih valid atau karena takut tertinggal (*fear of missing out*) (POEMS & Anggit, n.d.). *Herding behavior* dapat menyebabkan terjadinya keputusan yang tidak rasional dan bahkan merugikan investor itu sendiri, terutama bagi kelompok usia muda seperti Generasi Z yang cenderung masih minim pengalaman dalam mengelola keuangan (Safitri & Rachmansyah, 2021). Dari riset Theresa & Armansyah (2022) membuktikan jika *herding bias*, *overconfidence bias*, serta *endowment bias* mempengaruhi

pengambilan keputusan investasi investor. Kemudian Falah & Haryono (2023) mengungkapkan jika herding dan disposisi berdampak positif signifikan terhadap keputusan investasi. Namun bertolak belakang Bersama studi dari Fitriyani & Anwar (2022) dimana herding tidak berdampak signifikan pada putusan berinvestasi.

Disamping demikian, literasi keuangan pun berfungsi utama sebagai faktor yang memoderasi korelasi dari media sosial, *herding behavior* dan keputusan investasi. Dimana jika dilihat dari adanya pertentangan hasil penelitian antara media sosial serta *herding behavior* dan keputusan investasi, jadi dirasa tepat menambahkan literasi keuangan dalam memoderasi hubungan dari variabel bebas serta terikat yang ada. Aspek tersebut penting karena literasi keuangan dapat membantu individu memilah informasi dengan lebih bijak serta mengurangi pengaruh emosional atau impulsif pada pengambilan keputusan investasi, menjadikan temuan studi akan semakin akurat dan relevan.

Data menurut Survei Nasional Literasi Keuangan mengindikasikan jika nilai literasi keuangan menggapai 65,43%. Selain demikian, kemajuan zaman digital di Indonesia menginjak melampaui 200 juta *user* internet, tetapi tingkat literasi digital masyarakat tetap berada pada kategori sedang sesuai dengan capaian indeks literasi keuangan tersebut (SNLIK, 2024). Untuk itu, diperlukan faktor pengimbang yang dapat mendukung investor muda supaya tetap rasional saat mengambil keputusan. Literasi keuangan merujuk dari wawasan serta ilmu individu terkait konsep awal keuangan semisal pengelolaan risiko, inflasi, investasi, serta pengambilan keputusan keuangan. Literasi keuangan yang benar mempotensikan seseorang agar mendalami berbagai risiko serta potensi pengembalian instrumen investasi, mengelola portofolio secara lebih optimal, dan menghindari kesalahan investasi yang merugikan (Daulay et al., 2024).

Ini bisa tampak berdasarkan suatu studi dari Fitriyani & Anwar (2022) yang menghasilkan temuan berbentuk fungsi literasi keuangan sanggup memoderasi korelasi dampak *experience regret*, *herding*, *religiosity* pada keputusan investasi. Adanya literasi keuangan semakin memperkuat *experience regret*, *herding*, *religiosity* pada keputusan investasi. Investor mesti mempunyai pula wawasan yang baik terkait literasi keuangan. Dengan wawasan finansial yang mencukupi, investor bisa memperhitungkan investasinya dengan tepat menjadikannya mampu menjaga dirinya diantara celah bahaya keamanan pada lingkungan digital, tidak terkecuali risiko penipuan. Anggapan tersebut selaras terhadap studi Putri & Yulianti (2025) yang menyatakan jika *bias anchoring* serta *herding* pada pengambilan putusan berinvestasi dimengerti dimoderasi (diperkuat) dari literasi keuangan. Aspek tersebut diperkuat

pula dalam penelitian dari Jumiyan et al. (2024) yang menerangkan jika literasi keuangan sanggup memperkuat *risk tolerance* dan *influencers* sosial media.

Konteks penelitian di Kota Denpasar dipilih karena beberapa pertimbangan strategis. Sebagai ibukota Provinsi Bali, Denpasar memiliki peran sentral dalam perkembangan ekonomi dan keuangan di wilayah tersebut. Selain itu, kenaikan total investor yang signifikan berlangsung pula di Bali, menjadikan Denpasar sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji perilaku dan keputusan investasi masyarakat, khususnya generasi muda. Hal ini terlihat dari data di Desember 2024, total investor saham di Bali sejumlah 143.402 *Single Investor Identification* (SID) maupun naik 22,83% secara tahunan. Indeks kepemilikan saham di Bali menggapai Rp5,3 triliun maupun tumbuh 18,22%, dibandingkan Desember 2023. Sementara itu, nilai transaksi saham tercatat senilai Rp3,9 triliun, naik 71,16%, bertambah besar ketimbang peringkat Desember 2023 (SWA.co.id, 2025). Perluasan total investor saham terbesar di Bali ada pada Kota Denpasar yakni secara presentase 33,7% diantara 9 Kabupaten/Kota di Bali. Sesudah Denpasar yaitu pada Kab.Badung 19,3%, Buleleng 11,5%. Lalu pada Kab.Gianyar 9,8%, pada Kab.Tabanan 8,9%, Karangasem 5,7%, Jembrana 5,7% juga pada Kab.Bangli 2,7% (Nusa Bali, 2024).

Menurut latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti terdorong melangsungkan studi mengenai keputusan investasi yang diambil terhadap generasi Z, khususnya di Kota Denpasar. Meskipun berbagai riset sudah mengkaji sebagian aspek yang memengaruhi keputusan investasi, namun perkembangan pesat media sosial dan munculnya perilaku *herding* dalam pengambilan keputusan investasi menjadi fenomena terkini yang masih belum banyak diteliti secara mendalam, khususnya dalam konteks generasi Z. maka, studi ini tertuju atas bagaimana pengaruh media sosial serta *herding behavior* terhadap keputusan investasi generasi Z, secara mempertimbangkan literasi keuangan menjadi variabel moderasi yang dapat memperkuat maupun memperlemah korelasi dari setiap variabel tersebut. Maka demikian, peneliti merumuskan judul: "Pengaruh Media Sosial dan *Herding behavior* terhadap Keputusan Investasi Generasi Z di Kota Denpasar dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi".

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Denpasar karena wilayah ini memiliki konsentrasi investor muda tertinggi di Bali serta mengalami pertumbuhan signifikan dalam aktivitas investasi berbasis digital. Populasi penelitian mencakup Generasi Z berusia 18–28 tahun yang berdomisili atau beraktivitas di Denpasar, aktif menggunakan media sosial, serta memiliki pengalaman atau minat berinvestasi. Sampel ditentukan melalui purposive sampling dengan

kriteria khusus tersebut, dan jumlah responden dihitung menggunakan rumus Cochran sehingga diperoleh total 100 sampel. Penelitian menggunakan data primer berbentuk jawaban kuesioner kuantitatif yang diberikan melalui Google Form kepada responden terpilih. (Dewi & Apriyati, 2023; Sugiyono, 2023)

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup berbasis skala Likert 1–5 yang disusun untuk mengukur perilaku, persepsi, serta kecenderungan investasi Generasi Z. Sebelum digunakan, instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas dalam pendekatan PLS-SEM. Validitas dinilai melalui outer loading dan AVE, sedangkan reliabilitas ditinjau dari nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang harus berada di atas 0,70. Seluruh indikator pada konstruk reflektif dievaluasi agar memenuhi syarat validitas konvergen, validitas diskriminan, dan konsistensi internal sehingga layak digunakan dalam analisis lanjutan. (Ghozali, 2023; Hair et al., 2014)

Analisis data menggunakan metode Partial Least Squares (PLS-SEM) karena mampu menangani model kompleks, ukuran sampel terbatas, serta distribusi data yang tidak normal. Evaluasi model dilakukan melalui pengujian outer model untuk menilai kualitas indikator dan inner model untuk menguji hubungan kausal antarvariabel laten, termasuk nilai R^2 , Q^2 , serta signifikansi jalur struktural melalui t-statistic dan p-value. Penelitian juga menguji efek moderasi menggunakan interaksi variabel dan menilai besaran pengaruhnya melalui effect size (f^2), sehingga memberikan pemahaman yang komprehensif terkait peran literasi keuangan dalam memperkuat pengaruh media sosial dan herding behavior terhadap keputusan investasi. (Hair et al., 2014; Sofyani, 2025)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

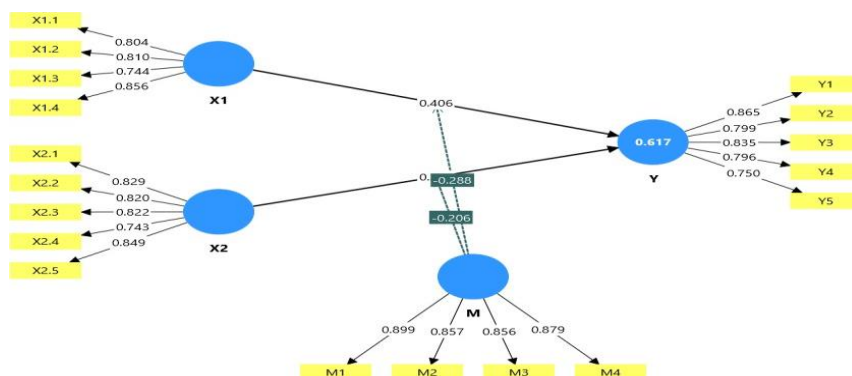
Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Berdasarkan analisis deskriptif statistik, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 67 orang (67%), sedangkan responden perempuan berjumlah 33 orang (33%), sehingga menunjukkan bahwa partisipasi laki-laki dalam aktivitas investasi pada kalangan Generasi Z lebih tinggi dibandingkan perempuan. Ditinjau dari domisili, responden berasal dari empat wilayah di Kota Denpasar, dengan proporsi terbesar dari Denpasar Selatan berjumlah 38 orang (38%), diikuti Denpasar Utara sebanyak 24 orang (24%), kemudian Denpasar Timur berjumlah 20 orang (20%) dan Denpasar Barat berjumlah 18 orang (18%). Hal ini mengindikasikan bahwa Generasi Z di

Denpasar Selatan lebih aktif dalam kegiatan investasi, yang kemungkinan dipengaruhi oleh akses informasi dan aktivitas ekonomi yang lebih besar di wilayah tersebut. Berdasarkan jenis pekerjaan, mayoritas responden adalah pelajar atau mahasiswa sebanyak 39 orang (39%), diikuti pegawai swasta sebanyak 35 orang (35%), wirausaha 25 orang (25%), dan 1 orang (1%) dengan pekerjaan lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tahap pendidikan, namun sudah mulai memiliki ketertarikan dan keterlibatan dalam aktivitas investasi sesuai fokus penelitian pada Generasi Z.

Hasil Uji PLS

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Metode ini digunakan karena mampu menganalisis korelasi sesama variabel laten secara komprehensif serta tidak membutuhkan asumsi normalitas data. Disamping demikian, PLS sesuai pula diterapkan untuk total sampel yang relatif kecil dan model penelitian yang bersifat prediktif. Media bantu yang dipilih pada analisis ini yaitu aplikasi *Smart PLS* versi 4.0.9.9, yang dirancang spesifik guna memperkirakan model pengukuran (*outer model*) serta model struktural (*inner model*) dengan berbasis *variance*. Sedangkan hasil analisis pada tahap pertama dan tahap kedua dijelaskan sebagai berikut:

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)



Gambar 2. Algorhythm Model.

1) Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Tabel 1. Nilai *Outer Loading* Estimasi Model.

	Media Sosial	<i>Herding Behavior</i>	Literasi Keuangan	Keputusan Investasi	Literasi Keuangan x Media Sosial	Literasi Keuangan x <i>Herding Behavior</i>
X1.1	0.804					
X1.2	0.810					
X1.3	0.744					
X1.4	0.856					
X2.1		0.829				

X2.2		0.820				
X2.3		0.822				
X2.4		0.743				
X2.5		0.849				
M1			0.899			
M2			0.857			
M3			0.856			
M4			0.879			
Y1				0.865		
Y2				0.799		
Y3				0.835		
Y4				0.796		
Y5				0.750		
M x X1					1.000	
M x X2						1.000

Sumber: (data diolah, 2025)

Pada Tabel 1, ditunjukkan hasil uji validitas konvergen melalui nilai *outer loading* setiap indikator konstruk penelitian. Berdasarkan tabel tersebut, nilai *outer loading* untuk setiap indikator konstruk, seperti media sosial, herding behavior, literasi keuangan, dan keputusan investasi, semuanya berada di atas angka 0,70, yang menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang kuat dengan konstruk yang diukur. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam model pengukuran telah memenuhi syarat validitas konvergen dengan baik, karena indikator-indikator yang digunakan valid untuk mengukur yang relevan dalam penelitian ini.

2) Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Tabel 2. Uji *Discriminant Validity*.

	Literasi Keuangan	Media Sosial	<i>Herding Behavior</i>	Keputusan Investasi
Literasi Keuangan	0.873			
Media Sosial	0.126	0.804		
<i>Herding Behavior</i>	0.130	0.005	0.813	
Keputusan Investasi	0.457	0.421	0.453	0.810

Sumber: (data diolah, 2025)

Pada Tabel 2, hasil uji validitas diskriminan menunjukkan nilai korelasi antara variabel-variabel dalam model penelitian. Untuk menguji validitas diskriminan, nilai pada diagonal utama (yang mewakili hubungan antar indikator dengan variabel yang relevan) harus lebih besar dari nilai korelasi antar variabel lainnya. Dalam tabel ini, nilai pada diagonal utama adalah 0.873 untuk literasi keuangan, 0.804 untuk media sosial, 0.813 untuk *herding behavior*, dan 0.810 untuk keputusan investasi. aspek tersebut mengindikasikan jika setiap variabel bisa dibandingkan secara rinci diantara variabel lain, sehingga validitas diskriminan dalam model ini telah terpenuhi dengan baik. Selanjutnya, untuk memastikan keandalan lebih lanjut,

dilakukan uji *cross loading* setelah uji *Fornell-Larcker Criterion* yang menghasilkan hasil yang baik. Pada pengujian *cross loading*, korelasi dari indikator bersama variabelnya dibandingkan secara korelasi indikator bersama variabel lain. Berikut merupakan temuan skor dari uji *cross loading*:

Tabel 3. Nilai Cross Loading Hasil Estimasi Model.

	Literasi Keuangan	Media Sosial	<i>Herding Behavior</i>	Keputusan Investasi	Literasi Keuangan x Media Sosial	Literasi Keuangan x <i>Herding Behavior</i>
M1	0.899	0.214	0.088	0.425	0.035	-0.203
M2	0.857	0.084	0.132	0.398	0.092	-0.211
M3	0.856	0.022	0.010	0.326	-0.009	-0.195
M4	0.879	0.098	0.200	0.430	0.066	-0.197
X1.1	0.107	0.804	-0.035	0.317	0.078	-0.056
X1.2	0.070	0.810	0.076	0.351	0.082	0.006
X1.3	0.063	0.744	-0.017	0.263	0.069	0.073
X1.4	0.151	0.856	-0.014	0.401	0.073	0.004
X2.1	0.022	0.038	0.829	0.420	-0.028	-0.325
X2.2	0.154	-0.005	0.820	0.458	-0.048	-0.239
X2.3	0.225	0.053	0.822	0.360	-0.008	-0.190
X2.4	0.065	-0.078	0.743	0.261	0.082	-0.232
X2.5	0.027	-0.020	0.849	0.243	0.102	-0.285
Y1	0.385	0.367	0.361	0.865	-0.258	-0.280
Y2	0.273	0.386	0.312	0.799	-0.155	-0.131
Y3	0.305	0.326	0.433	0.835	-0.066	-0.431
Y4	0.478	0.321	0.328	0.796	-0.191	-0.433
Y5	0.393	0.308	0.393	0.750	-0.066	-0.279
M x X1	0.056	0.093	0.006	-0.183	1.000	-0.148
M x X2	-0.231	0.005	-0.313	-0.389	-0.148	1.000

Sumber: (data diolah, 2025)

Pada Tabel 3, hasil uji *cross loading* korelasi dari indikator bersama variabel yang relevan serta korelasi antara indikator bersama variabel lain. Dapat dilihat bahwa nilai *cross loading* dari indikator serta variabel yang relevan lebih tinggi ketimbang korelasi antara indikator bersama variabel lain. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator lebih kuat memprediksi variabel yang relevan dibandingkan dengan variabel lainnya, yang menegaskan validitas pengukuran dalam model ini.

3) *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 4. *Average Variance Extracted.*

	Average variance extracted (AVE)
Media Sosial	0,647
<i>Herding Behavior</i>	0,661
Literasi Keuangan	0,762
Keputusan Investasi	0,656

Sumber: (data diolah, 2025)

Pada Tabel 4, ditunjukkan nilai hasil *Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing konstruk dalam model. Nilai AVE untuk konstruk media sosial, *herding behavior*, literasi keuangan, dan keputusan investasi semuanya $>0,50$, yang menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut dinyatakan valid. yang menunjukkan jika seluruh konstruk itu dinyatakan valid. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator di tiap-tiap konstruk bisa diandalkan dalam menilai konstruk yang dikatakan dalam penelitian ini.

4) Composite Reliability dan Cronbach Alpha

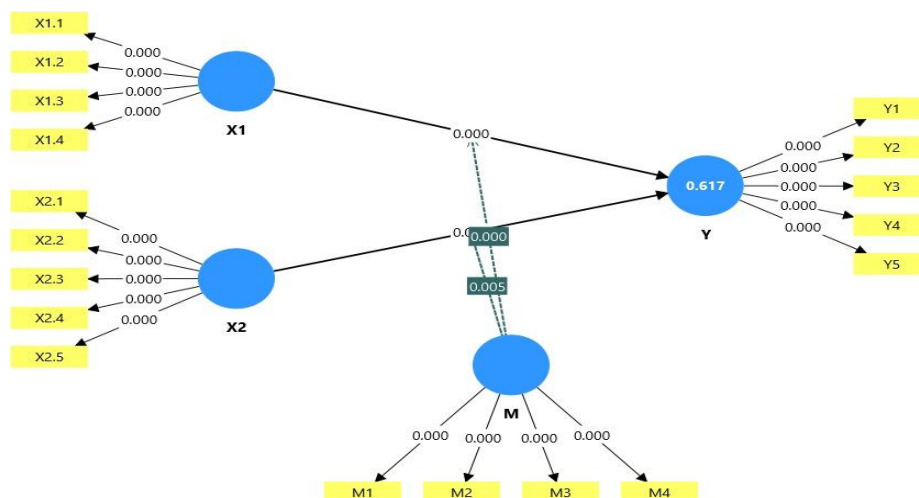
Tabel 5. Uji *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*.

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Keterangan
Media Sosial	0,819	0,837	Reliabel
Herding Behavior	0,874	0,898	Reliabel
Literasi Keuangan	0,896	0,904	Reliabel
Keputusan Investasi	0,868	0,869	Reliabel

Sumber: (data diolah, 2025)

Pada Tabel 5, hasil dari uji *composite reliability* dan *cronbach's alpha* mengindikasikan bahwa skor bagi setiap konstruk dalam model $> 0,70$, yang berarti konstruk-konstruk itu disimpulkan reliabel. Skor *cronbach's alpha* serta *composite reliability* yang $> 0,70$ mengindikasikan konsistensi internal yang baik, yang berarti setiap indikator yang membentuk konstruk itu memiliki hubungan yang kuat dan bisa diunggulkan untuk mengukur konstruk yang relevan. Maka demikian, model pengukuran ini dapat dianggap reliabel dalam penelitian ini.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)



Gambar 3. Model Bootstrapping.

1) Evaluasi Model Struktural melalui R-Square (R^2)

Tabel 6. Uji R-Square (R^2).

	R-square	R-square adjusted
Keputusan Investasi	0,617	0,597

Sumber: (data diolah, 2025)

Pada Tabel 6 terlihat jika skor R-square bagi variabel Y yaitu sejumlah 0,617. Skor tersebut mengindikasikan jika setiap variabel bebas pada model sanggup menerangkan sekitar 61,7% variasi yang terjadi di variabel Y. Berdasarkan kriteria dari Hair et al. (2014), skor itu tergolong dalam klasifikasi moderat, menjadikan model mempunyai kesanggupan perkiraan yang cenderung baik terhadap variabel Y. skor R-square adjusted yang sedikit cenderung rendah menunjukkan penyesuaian atas total variabel dalam model, namun tetap berada pada kategori yang sama sehingga model dapat dinyatakan layak digunakan.

2) Evaluasi Model Struktural melalui Q-Square (Q^2)

Tabel 7. Q-Square (Q^2).

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Keputusan Investasi	500.000	350.553	0.299

Sumber: (data diolah, 2025)

Pada Tabel 7, nilai Q-Square (Q^2) untuk variabel Y dihitung sebesar 0,299, yang diperoleh dengan rumus $Q^2 = 1 - (SSE/SSO)$. Nilai SSO adalah 500,000 dan SSE adalah 350,553. Nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik, meskipun tidak sempurna. Secara keseluruhan, Q^2 sebesar 0,299 menunjukkan bahwa model ini dapat menjelaskan sebagian variasi dalam variabel dependen Y dengan cukup efektif.

3) Pengujian Hipotesis

Tabel 8. Hipotesis dan Pengujian Statistik.

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
Media Sosial -> Keputusan Invetasi	0,406	5,713	0,000
Herding Behavior -> Keputusan Invetasi	0,331	5,754	0,000
Literasi Keuangan x Media Sosial -> Keputusan Invetasi	-0,288	4,512	0,000
Literasi Keuangan x Herding Behavior -> Keputusan Invetasi	-0,206	2,794	0,005

Sumber: (data diolah, 2025)

Dari uji tabel 8, bisa diuraikan pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikatnya yaitu:

1. Pengujian hipotesis media sosial terhadap keputusan investasi menghasilkan nilai koefisien jalur sejumlah 0,406, sehingga media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Nilai t-statistik diperoleh sejumlah 5,713 dan nilai signifikansi berdasarkan P-Value sebesar $0,000 < 0,05$, jadi bisa dinyatakan jika media sosial berdampak positif serta signifikan terhadap keputusan investasi menjadikan hipotesis 1 (H1) diterima. Hal tersebut berarti semakin kuat pengaruh media sosial maka semakin meningkat keputusan investasi.
2. Pengujian hipotesis *herding behavior* terhadap keputusan investasi menghasilkan nilai koefisien jalur sebesar 0,331, sehingga *herding behavior* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Nilai t-statistik diperoleh sebesar 5,754 dan nilai signifikansi berdasarkan P-Value sebesar $0,000 < 0,05$, jadi bisa dinyatakan jika *herding behavior* berdampak positif serta signifikan terhadap keputusan investasi menjadikan hipotesis 2 (H2) diterima. Hal tersebut berarti semakin besar *herding behavior* yang dialami suatu individu makin meningkat keputusan investasi.
3. Pengujian hipotesis moderasi literasi keuangan pada pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi menghasilkan nilai koefisien jalur sebesar $-0,288$, sehingga literasi keuangan memperlemah pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi. Nilai t-statistik diperoleh sejumlah 4,512 dan nilai signifikansi berdasarkan P-Value sejumlah $0,000 < 0,05$, jadi bisa dinyatakan jika interaksi tersebut berpengaruh negatif dan signifikan sehingga hipotesis 3 (H3) ditolak. Aspek tersebut bermakna jika semakin tinggi literasi keuangan, semakin kecil pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi.
4. Pengujian hipotesis moderasi literasi keuangan pada pengaruh *herding behavior* terhadap keputusan investasi memperoleh nilai koefisien jalur sebesar $-0,206$, maka literasi keuangan melemahkan dampak *herding behavior* pada keputusan investasi. Dihasilkan t-statistik sejumlah 2,794 serta P-Value sejumlah $0,005 < 0,05$, jadi bisa dinyatakan jika interaksi tersebut berdampak negatif serta signifikan sehingga hipotesis 4 (H4) diterima. Aspek tersebut bermakna jika semakin tinggi literasi keuangan, semakin kecil pengaruh *herding behavior* terhadap keputusan investasi.

Pembahasan Hasil Analisis

Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kota Denpasar dengan nilai koefisien jalur 0,406, yang berarti media sosial memberikan kontribusi sebesar 40,6% dalam membentuk keputusan investasi. Nilai t-statistik sebesar 5,713 (lebih besar dari 1,96) dan p-value $0,000 < 0,05$ mengonfirmasi bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial memiliki peran dominan dalam mendorong perilaku investasi dibanding variabel lain dalam penelitian, karena Generasi Z sangat bergantung pada informasi digital untuk membangun persepsi, pengetahuan, dan keyakinan dalam berinvestasi. Hal ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior, di mana paparan informasi yang relevan dan kredibel melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memperkuat sikap positif terhadap investasi, sebagaimana diperkuat oleh temuan Alfani et al. (2022), Daulay et al. (2024), dan Muhammad Rais et al. (2023).

Pengaruh Herding Behavior terhadap Keputusan Investasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa herding behavior berpengaruh positif terhadap keputusan investasi Generasi Z dengan koefisien 0,331, sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku mengikuti mayoritas berkontribusi sebesar 33,1% terhadap keputusan investasi. Nilai t-statistik sebesar 5,754 dan p-value $< 0,05$ mengonfirmasi bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Temuan ini menegaskan bahwa Generasi Z cenderung mengambil keputusan investasi dengan mengikuti tren, rekomendasi teman, influencer, atau komunitas digital, terutama melalui media sosial, sehingga kepercayaan diri mereka dalam berinvestasi banyak terbentuk dari perilaku orang lain, bukan berdasarkan analisis mandiri. Fenomena ini selaras dengan Theory of Planned Behavior, khususnya aspek subjective norms, dan didukung oleh penelitian sebelumnya seperti Madaan & Singh (2019), Krishna et al. (2025), dan Maharani et al. (2025) yang juga menemukan pengaruh signifikan herding behavior terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan melemahkan pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi dengan nilai koefisien -0,288, t-statistik 4,512, dan p-value $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis 3 dinyatakan ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih selektif dan kritis dalam menerima informasi investasi dari media sosial, serta lebih mengandalkan pengetahuan pribadi dan

sumber kredibel dibanding mengikuti tren atau opini online (Jumiyani et al., 2024). Kondisi ini menandakan bahwa meskipun media sosial menyediakan akses informasi luas, keputusan investasi yang rasional lebih dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memahami risiko, potensi keuntungan, dan instrumen investasi. Sejalan dengan Theory of Planned Behavior, literasi keuangan memperkuat perceived behavioral control, sehingga individu merasa lebih mampu mengendalikan keputusan investasinya tanpa bergantung pada informasi atau pengaruh media sosial yang belum tentu akurat.

Pengaruh *Herding Behavior* terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan melemahkan pengaruh herding behavior terhadap keputusan investasi dengan nilai koefisien -0,206, t-statistik 2,794, dan p-value $0,005 < 0,05$, sehingga hipotesis bahwa literasi keuangan memoderasi secara positif dinyatakan ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, semakin rendah kecenderungan Generasi Z mengikuti keputusan investasi mayoritas dan mereka lebih memilih melakukan evaluasi mandiri berdasarkan analisis risiko, potensi keuntungan, serta tujuan finansial pribadi (Yuwana et al., 2025). Literasi keuangan yang baik juga membuat Generasi Z lebih selektif terhadap informasi investasi dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial atau tren. Hal ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior, di mana literasi keuangan memperkuat perceived behavioral control sehingga mengurangi pengaruh subjective norms seperti herding behavior dalam pengambilan keputusan investasi.

4. KESIMPULAN

Dari hasil analisa serta pembahasan yang sudah dilaksanakan, bisa diambil sebagian simpulanya seperti berikut:

1. Media sosial berkontribusi positif pada keputusan investasi Gen Z, di mana semakin besar pengaruh media sosial yang diterima, semakin tinggi kecenderungan Gen Z dalam berinvestasi. Temuan tersebut menunjukkan jika media sosial, sebagai platform yang sering digunakan oleh Gen Z untuk mencari informasi serta berperan krusial untuk membentuk keputusan investasinya.
2. *Herding behavior* berkontribusi positif pada keputusan investasi Gen Z, menunjukkan bahwa mereka cenderung mengikuti keputusan mayoritas dalam berinvestasi. Hal ini mencerminkan kecenderungan Gen Z untuk terpengaruh oleh norma sosial dan tren yang berkembang, terutama yang tersebar di media sosial atau dalam komunitas mereka.

3. Literasi keuangan melemahkan pengaruh media sosial pada keputusan investasi. Hal tersebut mencirikan jika seseorang dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung mempertimbangkan akan informasi dari media sosial serta lebih cenderung dalam membentuk keputusan investasi menurut pemahaman dan pengetahuan mereka pribadi, bukan sekadar mengikuti tren yang tersebar di media sosial.
4. Literasi keuangan melemahkan pengaruh *herding behavior* pada keputusan investasi. Gen Z yang mempunyai literasi keuangan lebih tinggi tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial untuk mengikuti keputusan mayoritas, dan lebih cenderung membentuk putusan berinvestasi yang didasarkan analisa pribadi serta pemahaman mereka tentang instrumen investasi.

DAFTAR REFERENSI

- Adrian Siregar, M., & Dian Pratiwi, P. (2024). *Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening*. 8(3).
- Aflaha, V. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pembelajaran Keuangan, dan Media Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Gen Z. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 4494–4502. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1260>
- 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)
- Alaaraj, H., & Bakri, A. (2020). The Effect of Financial Literacy on Investment Decision Making in Southern Lebanon. *International Business and Accounting Research Journal*, 4(1), 37. <https://doi.org/10.15294/ibarj.v4i1.118>
- Alamsyah, M. I., Huda, M., & Pranata, R. M. (2023). Herding as behavior investing: A bibliometric analysis. *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)*, 7(1), 28. <https://doi.org/10.33021/jaaf.v7i1.4141>
- Alfan, A. T., Proyoga, R., Dharmawan, W. R., & Silalahi, P. R. (2022). Prilaku Investasi Dan Pengguna Media Sosial: Fomo Dan Keterbukaan Diri Dimedia Sosial. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(4), 1521–1537. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i4.16165>
- Alfiani Putri, S. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Self Efficacy Dan Locus Of Control Terhadap Keputusan Investasi Saham (Studi Kasus Pada Generasi Z Yang Terdaftar Di Kustodian Sentral Efek Indonesia). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi (JMBO)*, 3, 54. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v3i2.358>
- Andreansyah, R., & Meirisa, F. (2022). Analisis Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Perilaku Keuangan, Terhadap Keputusan Investasi. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 4, 17–22.

- Aristiwati, I., & Hidayatullah, S. (2021). Pengaruh Herding Dan Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Nasabah Emas Kantor Pegadaian Ungaran). *Jurnal Among Makarti*, 14 No.1(1).
- Ariyastini, N. W., & Candraningrat, I. R. (2023). The Effect of Financial Literacy, Lifestyle, and Self Control on Women's Financial Management Behavior in Denpasar City. *Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 10(07), 144–155. <https://doi.org/10.36347/sjebm.2023.v10i07.001>
- Arriqoh, D., & Zoraya, I. (2024). The effect of financial literacy on Gen-Z crypto investment decision through herding behavior as mediator. *Manajemen Dan Bisnis*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.24123/jmb.v23i1.737>
- Asyahidda, F. N., & Azis, A. (2024). Konformitas dan Penyimpangan: Perspektif Sosiologis tentang Pengalaman FoMO di Kalangan Generasi Z pada Media Sosial TikTok. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(2), 120–132. <https://doi.org/10.24036/scs.v11i2.708>
- Belgaumkar, P., & S, Dr. J. (2024). The Impact of Herd Behavior on Stock Market Volatility: Evidence from Emerging Markets. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 5(10), 4971–4971. <https://doi.org/10.55248/gengpi.5.1024.3127>
- Bikhchandani, S., & Sharma, S. (2000). *Herd Behavior in Financial Markets: A Review*.
- Budiman, J., Jofia, N., Salim, S., & Sitorus, W. F. (2024). Keputusan Investasi Gen Z Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *3RD MDP Student Conference (MSC) 2024*, 767.
- Carolina, A., & Wiyanto, H. (2023). Pengaruh Overconfidence, Representativeness Dan Herding Behavior Terhadap Keputusan Investasi Saham Generasi Milenial di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(04), 857–866.
- Chaitanya, D., & Nordin, N. (2021). The Relationship between Psychological Factors, Risk Perception and Social Media on Investment Decision Making. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*. <https://doi.org/10.55057/ijaref.2021.3.4.6>
- Cholid, I. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Informasi dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Berinvestasi Pasar Modal Mahasiswa di Sumatera Selatan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4). <https://doi.org/10.53697/emak.v5i4.22>
- Daulay, M. A. A., Marliyah, M., & Silalahi, P. R. (2024). The influence of social media, digitalization, and financial literacy on generation Z's investment decision. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.36407/serambi.v7i1.1449>
- Dewi, P. E., & Sinarwati, K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Modal Minimal, dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi Reksa Dana pada Generasi Z di Kota Denpasar. <https://doi.org/10.23887/jippg.v3i2>

- Dewi, P. P., & Apriyati, M. Y. (2023). Analisis Keputusan Investasi Generasi Z. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 22(1), 72–84. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i1.365>
- Dian Handy Permana, S., Syahputra, A., Bayu Yogha Bintoro, K., Allawi Khozi, F., Kampus Trilogi, J., No, S., & Selatan, J. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Referensi Investasi Digital Generasi Muda Dengan Regresi Linear Berganda. *Jurnal Sistem Informasi Dan Sains Teknologi*, 4(1), 2022.
- Dwi Prasetya, A., & Hadi Utama, A. (2024). *Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Penyajian Konten Pembelajaran Digital: Study Literature Review*. 4(2), 1004–1017.
- Eraspace. (2024, February 4). *Hasil Studi Ungkap Gen Z Jadi yang Terbanyak Gunakan Internet*. <https://eraspace.com/artikel/post/hasil-studi-ungkap-gen-z-jadi-yang-terbanyak-gunakan-internet>
- Fadillah, M. F., & Patrisia, D. (2025). The Effect of Heuristic Bias and Herding Bias on Investment Decisions with Financial Literacy as a Moderating Variable in Gen Z. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 4(6), 2681–2690. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v4i6.249>
- Falah, F. F., & Haryono, N. A. (2023). The Influence of Herding, Anchoring, Disposition, Personal Income, and Financial Literacy on Generation Z's Investment Decision Making in Surabaya City. *Technium Social Sciences Journal*, 45, 210–221. www.techniumscience.com
- Felicia, & Alfredo, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Serta Pendapatan Generasi Z Pada Pengambilan Keputusan Investasi Saham LQ45. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis (JAMAN)*, 3 No.3, 166–175.
- Fitri, F. A., & Hariyanto, D. (2024). The Impact of Social Media, Herding Bias, Gambler's Fallacy, and Framing Effect on Investment Decisions among Gen Z Investors in Pontianak City. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 15, 202–207. <https://doi.org/10.30595/pssh.v15i.1007>
- Fitriyani, S., & Anwar, S. (2022). Pengaruh Herding, Experience Regret Dan Religiosity Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah Pada Investor Muslim Millennial Dengan Financial Literacy Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1), 68. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp68-77>
- Ghozali, I. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*.
- Gustika, G. S., & Yaspita, H. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa STIE Indragiri Rengat. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 261. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.252>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. In *European Business Review* (Vol. 26, Issue 2, pp. 106–121). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>

- Hartono, H., Halim, E., Aswieri, A., Suharli, D., & Aurella, M. (2023). The Influence of Financial Literacy and Heuristic Behavior on Generation Z's Investing Decisions During a Global Pandemic. *E3S Web of Conferences*, 426. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342602008>
- Hasanudin, H. (2023). *The Role of Social Media in Influencing Investment Decisions in the Millennial Generation*. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/JMS>
- Investopedia. (2022, February 20). *How the Power of the Masses Drives the Market*. <https://www.investopedia.com/articles/trading/04/011404.asp>
- Jumiyani, Wibowo, E., & Indriastuti, R. (2024). Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, dan Influencer Sosial Media terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(3), 451–470. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3243>
- Krishna, P., Budi, P., Made, N., & Erawati, A. (2025). Pengaruh Overconfidence, Herding Factor, dan Financial Literacy pada Keputusan Investasi Gen Z (Studi Kasus: Anggota Kelompok Studi Pasar Modal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana). *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 6(1). <https://doi.org/10.32585/jbfe.v6i1.6721>
- KSEI. (2024, December). *Statistik Pasar Modal Indonesia*. https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Desember_2024_v3.pdf
- Litamahuputty, J. V. (2020). Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Politeknik Negeri Ambon. *INTELEKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 02(01), 83–89.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 1–6. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.1>
- Madaan, G., & Singh, S. (2019). An analysis of behavioral biases in investment decision-making. *International Journal of Financial Research*, 10(4), 55–67. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n4p55>
- Maharani, M., Takidah, E., & Fauzi, A. (2025). Pengaruh Financial Literacy, Penggunaan Investment Platform, dan Herding Behaviour Terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 594–610. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i2.1152>
- Muhammad Rais, Himmatul Khairi, & Faisal Hidayat. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 342–355. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>
- Nusa Bali. (2024, November 1). *Pegawai Swasta, Paling Banyak Beli Saham Investor Pasar Modal di Bali Capai 277.905*. <https://www.nusabali.com/berita/179152/pegawai-swasta-paling-banyak-beli-saham>
- Ovami, D. C., Lubis, H. Z., Setiana, E., Mustika, I., & Wulandari, S. (2024). Beyond age: Decoding the investment DNA of generations Z and Y in Indonesia. *Investment*

- Management and Financial Innovations*, 21(3), 385–398.
[https://doi.org/10.21511/imfi.21\(3\).2024.31](https://doi.org/10.21511/imfi.21(3).2024.31)
- POEMS, & Anggit, M. (n.d.). *hati-hati jebakan saat berinvestasi saham: herding behavior*. Retrieved July 1, 2025, from https://www.poems.co.id/htm/Freeducation/Newsletter/v28/Vol128_herdingbehavior.html
- Pramesti, A. N., & Graciafernandy, M. A. (2024). Pengaruh literasi keuangan, herding behaviour, dan karakteristik demografi terhadap keputusan investasi pada generasi z di Kota Semarang. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 98–112.
- Putri, A., & Yulianti, E. (2025). Pengaruh Perilaku Anchoring dan Herding Bias terhadap Pengambilan Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi pada Investor di Kota Bandung Tahun 2024. *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(3), 2714–2723. <http://Jiip.stkipyapisdompupu.ac.id>
- Putri, I. A., & Hudaya, R. (2024). Pengambilan Keputusan Investasi Di Kalangan Gen Z Berdasarkan Literasi Keuangan, Herding Behavior, Dan Lingkungan Sosial. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(12), 2498–2509. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Putri, L. S., Ristati, Husaini, & Wardhiah. (2024). Pengaruh Herding Behaviour, Regret Aversion Bias, Overconfidence, Dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Pada Generasi Milenial (Studi Kasus Pada PT. Phintraco Sekuritas Pojok Bursa FEB UNIMAL). *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 13(1), 11–18.
- Regita, E., Luthfiyyah, N., & Marsuki, N. R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja di Indonesia. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1, 46–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.630>
- Rohman, A., Rahman Safiih, A., & Artikel, I. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Saham di Kalangan. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 366–373. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Safitri, L. A., & Rachmansyah, Y. (2021). Pengaruh Herding, Pendapatan Dan Usia Terhadap Keputusan Investasi Pada Emas (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian (Persero) di Kota Semarang). *Fokus Ekonomi Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 16 No.1, 1–19. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- Sani, N., & Santi Paramita, V. (2024). *Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Investor Generasi Z Jawa Barat)*. 13(1).
- SNLIK. (2024, October 17). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- Sofyani, H. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80–94. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>

- Subedi, D. P., & Bhandari, D. R. (2024). Impact of Psychological Factors on Investment Decisions in Nepalese Share Market: A Mediating Role of Financial Literacy. *Investment Management and Financial Innovations*, 21(3), 317–329. [https://doi.org/10.21511/imfi.21\(3\).2024.26](https://doi.org/10.21511/imfi.21(3).2024.26)
- Sugianto, D. F., Wijaya, L. I., & Sutejo, B. S. (2024). Herding dan Overconfidence dalam Investasi Gen Z: Dampak dan Moderasi Literasi Keuangan. *JAFM: Journal of Accounting and Finance Management*, 5(5), 1088–1099. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i5>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, 4(02).
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; Kedua). ALFABETA.
- Suryani, A. D. (2024). Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, dan Return Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(3).
- SWA.co.id. (2025, February 17). *Jumlah Investor Pasar Modal di Bali Naik Dua Digit di 2024*. <https://swa.co.id/read/456537/jumlah-investor-pasar-modal-di-bali-naik-dua-digit-di-2024>
- Theressa, T. D., & Armansyah, R. F. (2022). Pengaruh herding, overconfidence, dan endowment bias pada keputusan investasi investor pasar modal. *Journal of Business and Banking*, 12(1), 35. <https://doi.org/10.14414/jbb.v12i1.2989>
- Utami, D. Y., Idiyanti, I., Rimbano, D., Lorensa, S., Puspita, R., Endang, S., Ifthil, D., & Abdussalam, R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi Saham Indeks Di Bursa Efek Indonesia (Study Bank Syariah). *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa)*, 29 No.1, 167–183.
- Wildan Mutawally, F., & Asandimitra, N. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance Dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7.
- Yulianti, I. N., & Hartati, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Generasi Z Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 608–613. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.575>
- Yusmini, N. M., Dewi, N. P. Y. T., & Rahmadewi, N. G. A. P. (2023). Analisis Pengaruh Edukasi Pasar Modal Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Pada Generasi Millenial Di Provinsi Bali (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mahendradatta). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 39–44.
- Yuwana, H. E., Mustaqim, Zaki, A., & Violita, C. E. (2025). Pengaruh Herding Behavior, Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi Generasi Muda Di Surabaya Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(1), 3393–3414.

- Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah>/<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah>
- Zanesty, R. A. R., Prakasa, T. A., Alina, I. C., & Rakhmawati, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Masyarakat Indonesia Dalam Pembelian Cryptocurrency. *Bisnis Dan Iptek*, 15 No.1, 44. <https://doi.org/10.55208/bistek>