

# PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMODERASI HUBUNGAN PENGETAHUAN INVESTASI, LITERASI KEUANGAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI LOGAM MULIA PADA GENERASI Z DI PEKALONGAN

**Salchah Prima Shofa<sup>1</sup>, Panca Kurniati<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Program Studi Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan*

<sup>2</sup>*Program Studi Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan*

E-mail: [salchahprimashofa473@gmail.com](mailto:salchahprimashofa473@gmail.com)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat generasi Z di Pekalongan dalam pengambilan keputusan investasi logam mulia, dengan memfokuskan pada peran media sosial sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi Z di Pekalongan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis survei dengan penyebaran kuesioner secara daring kepada minimal 170 responden yang dipilih berdasarkan karakteristik demografis, meliputi jenis kelamin, tahun kelahiran, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan program SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan persepsi risiko memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi Z di Pekalongan. Selain itu, media sosial terbukti memoderasi hubungan antara ketiga variabel independen tersebut dengan keputusan investasi logam mulia secara negatif, yang mengindikasikan bahwa keberadaan media sosial dapat memperlemah pengaruh pengetahuan investasi, literasi keuangan, maupun persepsi risiko terhadap keputusan investasi logam mulia. Temuan ini memberikan implikasi bahwa meskipun media sosial menjadi salah satu sumber informasi populer di kalangan generasi Z, kehadirannya justru berpotensi mengubah atau bahkan mengurangi efektivitas faktor-faktor internal dalam proses pengambilan keputusan investasi. Generasi Z disarankan untuk memverifikasi sumber informasi agar keputusan investasi logam mulia didasarkan pada data yang valid, bukan sekadar opini di media sosial.

**Kata kunci:** *media sosial, generasi z, pengetahuan investasi, literasi keuangan, persepsi risiko.*

## **THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE RELATIONSHIP BETWEEN INVESTMENT KNOWLEDGE, FINANCIAL LITERACY, AND RISK PERCEPTION IN PRECIOUS METAL INVESTMENT DECISIONS AMONG GENERATION Z IN PEKALONGAN**

## **Abstract**

*This study aims to assess the interest of Generation Z in Pekalongan regarding investment decisions in precious metals. It specifically focuses on the role of social media as a moderating variable in the relationship between investment knowledge, financial*

*literacy, and risk perception, all of which influence precious metal investment decisions among Generation Z in Pekalongan. The research employed a quantitative, survey-based approach by distributing online questionnaires to at least 170 respondents, selected based on demographic characteristics such as gender, year of birth, occupation, and income level. The analytical tool utilized in this study was SmartPLS 4.0. The results indicated that investment knowledge, financial literacy, and risk perception had a significant negative impact on precious metal investment decisions among Generation Z in Pekalongan. Moreover, social media has been shown to negatively influence the relationship between three key factors – investment knowledge, financial literacy, and risk perception – and decisions regarding precious metal investments. This suggests that the presence of social media can diminish the impact of these internal factors on investment choices. While social media is a widely used information source among Generation Z, it has the potential to alter or even weaken the effectiveness of these internal considerations in the decision-making process. Therefore, it is important for Generation Z to verify the sources of their information to ensure that their precious metal investment decisions are based on accurate data rather than merely opinions expressed on social media.*

**Keywords:** *social media, generation z, investment knowledge, financial literacy, risk perception.*

## **PENDAHULUAN**

Setiap aktivitas yang dilakukan seseorang dalam kehidupannya berawal dari suatu keputusan yang sudah ditentukan sebelumnya. Mulai dari aktivitas pribadi hingga kegiatan dalam bidang ekonomi, semuanya didasarkan pada keputusan yang telah dipikirkan sebelumnya. Namun, karena keputusan-keputusan tersebut sering kali diambil secara rutin, orang cenderung tidak mempertimbangkan lagi secara mendalam saat mengambil keputusan tersebut. Tindakan-tindakan tersebut dilakukan begitu saja tanpa adanya pemikiran yang matang. Hal ini terjadi karena setiap keputusan harus didasari pertimbangan yang sungguh-sungguh terhadap berbagai kemungkinan yang ada (Manik et al., 2021).

Pengambilan keputusan sering kali tidak mudah karena adanya keterbatasan yang dimiliki. Ketika kita memaksakan hasil yang ideal di tengah keterbatasan tersebut, risiko membuat keputusan yang salah pun meningkat. Seseorang harus menerima risiko akibat memilih opsi yang tidak tepat, yang bisa menyebabkan kerugian. Dalam proses membuat keputusan, ketelitian sangat diperlukan, termasuk saat memilih jenis investasi yang akan dilakukan, sebab investasi pada dasarnya merupakan alokasi dana saat ini yang mengharapkan profit di kemudian hari (Manik et al., 2021). Keputusan investasi menurut Budiarto dan Susanti (2017) adalah sebuah proses memilih antara beberapa opsi portofolio investasi dengan harapan mendapatkan keuntungan.

Di antara berbagai instrumen investasi, logam emas dikenal jadi aset yang aman atau safe haven. Hal ini disebabkan karena nilainya yang relatif stabil, tahan terhadap inflasi, serta naik setiap waktu. Lain dengan saham/instrumen pasar modal lainnya yang rentan terhadap fluktuasi harga secara drastis, emas lebih jarang mengalami penurunan tajam yang berlangsung lama (Sugesti et al., 2019). Oleh sebab itu, banyak masyarakat menilai bahwa investasi emas hampir tidak pernah merugikan dalam jangka panjang. Bahkan, pada masa krisis ekonomi maupun ketidakpastian global, emas kerap menjadi pilihan utama investor untuk melindungi kekayaannya. Namun demikian, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa investasi logam mulia tidak sepenuhnya bebas dari permasalahan. Munculnya isu peredaran emas palsu, seperti kasus dugaan 109 ton emas palsu yang mencuat pada tahun 2024, telah menimbulkan keresahan dan menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap produk emas (<http://www.cnbcindonesia.com>). Selain itu, kasus penipuan emas palsu di Tangerang yang menyebabkan kerugian puluhan juta rupiah semakin menegaskan bahwa risiko dalam investasi emas bukan hanya berasal dari fluktuasi harga, tetapi juga dari aspek keaslian produk. Permasalahan ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan kehati-hatian investor menjadi faktor penting dalam menghindari kerugian (<http://www.detik.com>).

Generasi Z mencakup kelahiran dari 1997 sampai 2012. Mereka tumbuh pada digitalisasi teknologi, menjadikan internet dan perangkat digital sebagai bagian integral dari aktivitas harian. Generasi ini memiliki tingkat penggunaan yang tinggi, terutama dalam penggunaan gawai dan platform media sosial. Menurut penelitian dari Widjanarko et al., (2023) menyatakan banyak generasi Z mendapatkan informasi tentang investasi melalui platform media sosial, khususnya YouTube dan Instagram, yang mencapai 68%. Kedua platform ini sering digunakan oleh Gen Z untuk mengakses berbagai jenis informasi, mulai dari informasi tentang gaya hidup hingga informasi terkait investasi.

Gen Z adalah generasi muda yang sering menggunakan teknologi dalam berbagai aktivitas, terutama dalam memilih instrumen investasi. Generasi ini suka hal-hal yang cepat dan instan. Selain itu, Gen Z memiliki rasa percaya diri yang tinggi, berpikir secara kritis, dan memiliki tekad kuat untuk mencapai kesuksesan. Hal-hal ini menjadi ciri khas yang membedakan Gen Z dengan generasi sebelumnya, yaitu generasi Y dan X (Andrian et al., 2021).

Generasi Z sering memilih instrumen investasi yang memberikan return yang tinggi, meski juga memiliki risiko yang besar. Instrumen yang memiliki risiko tinggi namun return tinggi adalah saham (yang merupakan

kepemilikan atas perusahaan) dan cryptocurrency (mata uang digital). Kedua instrumen ini banyak dipilih oleh generasi Z untuk menginvestasikan uang mereka, lalu diikuti oleh reksa dana. Sementara itu, generasi Y dan generasi X lebih memilih instrumen investasi berupa perhiasan emas (Widjanarko et al., 2023).

Fenomena ini semakin menarik ketika dikaitkan dengan tren investasi di Pekalongan. Data menyatakan investor saham pada kota ini meningkat signifikan dalam lima tahun terakhir, sejalan dengan maraknya platform trading online dan pengaruh media sosial. Selain saham, aset kripto juga mulai banyak digemari oleh generasi muda meskipun memiliki risiko volatilitas yang sangat tinggi (Radar Pekalongan, 2024). Sebaliknya, instrumen emas yang selama ini dianggap aman justru relatif kurang diminati oleh Generasi Z, yang cenderung lebih mengejar keuntungan instan dari saham maupun kripto. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan persepsi risiko yang dimiliki Generasi Z di Pekalongan sudah cukup untuk mendorong mereka memilih investasi emas, atau justru media sosial memengaruhi arah keputusan mereka.

## **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### ***Financial Literacy Theory***

Teori literasi keuangan yang dikembangkan oleh Huston (2010) adalah pengetahuan tentang keuangan dan bagaimana menerapkannya melalui keputusan uang sehari-hari. Huston et al., (2010) juga menyebutkan bahwa literasi keuangan adalah cara mengukur seberapa tinggi pemahaman seseorang terhadap informasi keuangan. Literasi keuangan yang tepat membantu individu dalam membuat keputusan keuangan yang lebih tepat, terutama dalam menentukan cara menyimpan uang dan mengambil keputusan yang tepat. Menurut Huston (2010), literasi keuangan mencakup pemahaman dan kesadaran terhadap berbagai instrumen keuangan serta penerapannya dalam konteks bisnis maupun kehidupan pribadi.

### **Keputusan Investasi**

Keputusan investasi adalah suatu pemilihan keputusan yang melibatkan pemilihan di antara berbagai alternatif investasi, atau dapat pula diartikan sebagai upaya mengkonversikan input menjadi output (Praba & Malarmathi, 2015). Banyak informasi yang dimiliki seseorang bisa mempengaruhi seberapa tepat individu dalam membuat keputusan

investasi. Investasi dianggap menguntungkan apabila mampu meningkatkan taraf kemakmuran (Wiharno, 2018).

Keputusan investasi diukur melalui tiga indikator menurut (Hasanudin et al., 2021), antara lain:

1. Penggunaan pendapatan untuk investasi
2. Berinvestasi dengan pertimbangan
3. Berinvestasi menggunakan intuisi/perasaan

### **Pengetahuan Investasi**

Memahami kondisi investasi, fundamental penilaian saham, tingkat risiko, dan return merupakan pengertian dari pengetahuan investasi (Kusmawati, 2011). Pemahaman mengenai investasi merupakan aspek fundamental yang perlu dikuasai oleh individu sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi. Oleh karena itu, pengetahuan investasi dapat diartikan sebagai sekumpulan teori yang berkaitan dengan potensi risiko yang mungkin timbul dan keuntungan yang dapat diperoleh di masa depan.

Menurut (Pajar & Pustikaningsih, 2017) menyatakan bahwa pengetahuan investasi dapat diukur melalui sejumlah indikator berikut:

1. Pengetahuan dasar penilaian investasi
2. Penguasaan pengetahuan sebelum investasi
3. Tingkat risiko serta tingkat return.

### **Literasi Keuangan**

Kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan sendiri dengan menggunakan pemikiran jangka pendek dan jangka panjang dikenal sebagai literasi keuangan (Awais et al., 2016). Literasi keuangan juga membantu masyarakat memahami cara mengelola keuangan pribadi dengan baik. Dengan literasi keuangan, seseorang bisa membuat perencanaan keuangan yang tepat. Dengan adanya perencanaan keuangan, seseorang bisa menggunakan uang secara bijak.

Indikator penelitian dari variabel literasi keuangan menurut (Chen & Volpe, 1998) yaitu:

1. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan
2. Pengelolaan kredit
3. Pengelolaan tabungan dan investasi
4. Manajemen risiko

## **Persepsi Risiko**

Persepsi risiko adalah ketidakjelasan atau kekhawatiran yang dihadapi investor karena kesulitan dalam memprediksi akibat dari investasi yang telah dipilih (Listyani et al., 2019). Investasi yang dilakukan seseorang pasti memiliki tingkat ketidakpastian terhadap hasilnya. Apabila seseorang berinvestasi namun tidak bisa memperkirakan dampaknya, hal ini bisa menyebabkan kerugian bagi investor. Cara seseorang dalam menilai situasi yang berisiko dan penilaian ini tergantung pada sifat psikologis dalam mengambil keputusan di tengah ketidakpastian yaitu disebut dengan persepsi risiko (Hanifah et al., 2022).

Menurut (Dewi et al., 2017) indikator indikator saat mengukur persepsi risiko dapat dilihat dari:

1. Risiko tertentu
2. Risiko yang dialami
3. Pemikiran berisiko

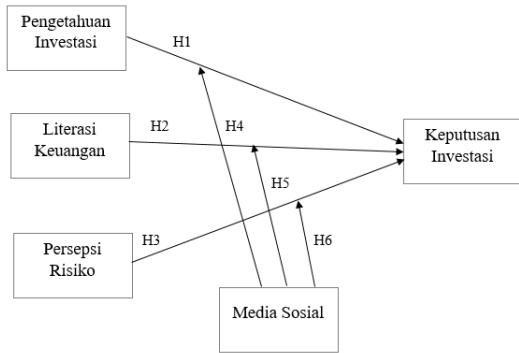
## **Media Sosial**

Menurut Panji & Wafiroh (2022), media sosial adalah platform daring yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi konten, dan terlibat dalam berbagai aktivitas seperti membangun forum, bertukar informasi, dan membuat serta memelihara komunitas di internet. Sebagai platform digital, media sosial mempermudah pengguna untuk berinteraksi dan beraktivitas di dunia maya.

Menurut (Solis, 2015), ada beberapa indikator untuk mengukur media social marketing, yaitu:

1. Context
2. Communication
3. Collaboration
4. Connection

Berdasarkan uraian rumusan masalah, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui peran media sosial dalam memoderasi hubungan pengetahuan investasi, literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.



**Gambar 1 Model Penelitian**

### **Hipotesis Penelitian**

#### **Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi**

Salah satu faktor terpenting yang memengaruhi pengambilan keputusan investasi adalah pengetahuan investasi. Memahami berbagai instrumen investasi, mengurangi risiko, dan memilih opsi yang mendukung tujuan keuangan seseorang, semuanya dimungkinkan dengan memiliki pengetahuan investasi yang solid. Namun, dalam konteks tertentu, peningkatan pengetahuan justru dapat menimbulkan keraguan atau sikap hati-hati yang berlebihan terhadap risiko investasi, termasuk pada instrumen seperti logam mulia. Hal ini dapat disebabkan oleh eksposur informasi yang terlalu luas dan kesadaran yang lebih tinggi akan potensi kerugian, sehingga membuat individu cenderung menunda atau bahkan menghindari keputusan (Isu et al., 2022).

Hal ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Isu et al., (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Perumusan hipotesis dari uraian di atas dapat dijabarkan sebagai berikut

**Hipotesis 1 : Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi**

#### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi**

Literasi keuangan yang mencakup pemahaman tentang manajemen uang, pengelolaan risiko, serta berbagai instrumen investasi memungkinkan individu untuk membuat keputusan terinformasi. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki kemampuan untuk mengevaluasi risiko, merencanakan investasi jangka

panjang, dan memanfaatkan berbagai instrumen keuangan dengan lebih efektif. Namun dalam konteks tertentu justru bisa sebaliknya, individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih kritis dan berhati-hati dalam menilai risiko serta prospek suatu investasi. (Susanti et al., 2023)

Hal ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Susanti et al., (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Perumusan hipotesis berdasarkan uraian di atas dapat dijabarkan sebagai berikut :

*Hipotesis 2 : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi*

### **Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi**

Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap tingkat ketidakjelasan dan potensi kerugian yang mungkin terjadi dari suatu keputusan investasi. Dalam konteks pengambilan keputusan, persepsi risiko menjadi penentu dalam menentukan apakah seseorang akan berinvestasi atau tidak. Semakin besar persepsi risiko yang dialami, semakin tinggi pula kemungkinan individu untuk bersikap berhati-hati atau menjauh dari aktivitas investasi. Hal ini karena takut terhadap kerugian, ketidakpastian pasar, maupun kurangnya kepercayaan terhadap instrumen investasi tertentu (Chamidartun Nisa & Suzy, 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Chamidartun Nisa & Suzy (2023) menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

Perumusan hipotesis berdasarkan uraian di atas dapat dijabarkan sebagai berikut :

*Hipotesis 3 : Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi*

### **Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Keputusan Investasi yang dimoderasi oleh Media Sosial**

Media sosial dapat memoderasi hubungan antara pengetahuan investasi dan keputusan investasi dengan memperkuat efek positif dari pengetahuan yang dimiliki, tetapi juga dapat memperlemah keputusan jika informasi yang diterima tidak akurat atau terlalu dipengaruhi oleh opini dan hype pasar (Ni Luh Yuli Wulan Artini & Gede Sri Darma, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Yuli Wulan Artini & Gede Sri Darma (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara signifikan memoderasi hubungan antara pengetahuan investasi dan pengambilan keputusan investasi.

Perumusan hipotesis berdasarkan uraian di atas dapat dijabarkan sebagai berikut :

*Hipotesis 4 : Media sosial memoderasi hubungan antara pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi*

#### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi yang dimoderasi oleh Media Sosial**

Media sosial dapat memperkuat atau mempengaruhi keputusan investasi dengan memberikan akses cepat ke rekomendasi dan analisis pasar, yang seringkali tidak sepenuhnya akurat atau berbasis riset yang solid. Media sosial dapat meningkatkan risiko pengambilan keputusan yang kurang tepat jika informasi yang diterima tidak dikelola dengan baik (Ni Luh Yuli Wulan Artini & Gede Sri Darma, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Yuli Wulan Artini & Gede Sri Darma (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara signifikan memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan pengambilan keputusan investasi.

Perumusan hipotesis berdasarkan uraian di atas dapat dijabarkan sebagai berikut :

*Hipotesis 5 : Media sosial memoderasi hubungan antara literasi keuangan terhadap keputusan investasi*

#### **Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi yang dimoderasi oleh Media Sosial**

Media sosial sebagai platform yang menawarkan informasi yang cepat dan mudah diakses, dapat memperkuat atau mempengaruhi persepsi risiko ini. Dengan adanya diskusi yang sering kali emosional dan sering dipengaruhi oleh opini mayoritas di media sosial, individu mungkin menjadi lebih percaya diri untuk mengambil risiko yang lebih besar atau, sebaliknya, menjadi lebih takut dan menghindari investasi berisiko. Media sosial dapat memperkuat atau mengubah pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi, tergantung pada bagaimana individu

menanggapi dan memfilter informasi yang diterima (Ni Luh Yuli Wulan Artini & Gede Sri Darma, 2024)

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Yuli Wulan Artini & Gede Sri Darma (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara signifikan memoderasi hubungan antara persepsi risiko dan pengambilan keputusan investasi.

Perumusan hipotesis berdasarkan uraian di atas dapat dijabarkan sebagai berikut :

**Hipotesis 6 :** *Media sosial memoderasi hubungan antara persepsi risiko terhadap keputusan investasi*

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Menurut Sugiyono (2023), populasi adalah kategori luas yang terdiri dari item atau individu dengan jumlah dan kombinasi fitur tertentu yang dipilih oleh peneliti. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menguji hubungan antar variabel secara terukur dan objektif berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Penelitian dilakukan pada minggu pertama dan minggu kedua pada bulan Mei 2025 di Kota Pekalongan. Lokasi ini dipilih karena generasi Z di Pekalongan memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu aktif menggunakan media sosial dan memiliki minat dalam investasi.

Subjek penelitian adalah generasi Z di Pekalongan yang memiliki minat atau pengalaman dalam berinvestasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling*, di mana kuesioner disebarluaskan dari satu responden ke responden lainnya melalui jaringan hingga terkumpul sebanyak 185 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur variabel pengetahuan investasi, literasi keuangan, persepsi risiko, media sosial, dan keputusan investasi logam mulia.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4.0. Teknik ini dipilih karena mampu menguji model dengan variabel yang kompleks, termasuk hubungan langsung maupun peran moderasi, serta menghasilkan estimasi yang akurat dalam mengukur hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penyebaran Kuesioner**

Pengumpulan informasi dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Survei dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada para responden, di mana link formulir Google dibagikan melalui aplikasi WhatsApp. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang telah disusun oleh peneliti sebelumnya. Terdapat 34 item dalam kuesioner, yang mencakup 7 item tentang pengetahuan investasi, 8 item tentang literasi keuangan, 5 item mengenai persepsi risiko, dan 7 item mengenai media sosial dan 7 item tentang keputusan investasi. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berminat maupun yang pernah melakukan investasi. Proses pengumpulan informasi berlangsung selama dua minggu, yaitu di minggu pertama dan kedua bulan Mei 2025. Karakteristik responden mencakup tahun kelahiran, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan perbulan, lama berinvestasi, sumber informasi yang didapat dan merk logam mulia.

### **Deskripsi Karakteristik Responden**

Berdasarkan usia, sebagian besar responden berjenis kelamin wanita yaitu sebesar 60% atau 111 responden. Berdasarkan tahun kelahiran, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah kelahiran 1997-2002 (80%). Berdasarkan pekerjaan yaitu sebagian besar responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa (38,4%). Berdasarkan pendapatan, sebagian besar responden memiliki gaji Rp1.000.000 - Rp5.000.000 (79,5%). Berdasarkan sumber informasi yang didapatkan, sebagian besar responden memperoleh informasi dari media sosial (41,1%). Berdasarkan lama berinvestasi, rata rata responden telah melakukan investasi selama 1-3 tahun (59,5%). Dan berdasarkan merk logam mulia, rata rata responden memilih merk antam yaitu sebesar 41,5%.

### **Hasil Analisis Data**

#### **1. Pengujian Outer Model**

##### **➤ Validitas Konvergen**

**Tabel 1 Hasil Outer Loading**

	KI	LK	MS	PI	PR	MS x PR	MS x LK	MS x PI
<b>KI.2</b>	<b>0,784</b>							
<b>KI.3</b>	<b>0,784</b>							

<b>KI.5</b>	<b>0.852</b>							
<b>KI.6</b>	<b>0.881</b>							
<b>LK.1</b>		<b>0.849</b>						
<b>LK.2</b>		<b>0.854</b>						
<b>LK.3</b>		<b>0.838</b>						
<b>LK.4</b>		<b>0.827</b>						
<b>LK.5</b>		<b>0.830</b>						
<b>LK.6</b>		<b>0.852</b>						
<b>LK.7</b>		<b>0.843</b>						
<b>LK.8</b>		<b>0.845</b>						
<b>MS.1</b>			<b>0.841</b>					
<b>MS.2</b>			<b>0.840</b>					
<b>MS.3</b>			<b>0.807</b>					
<b>MS.4</b>			<b>0.809</b>					
<b>MS.5</b>			<b>0.851</b>					
<b>MS.6</b>			<b>0.837</b>					
<b>MS.7</b>			<b>0.845</b>					
<b>PI.1</b>				<b>0.818</b>				
<b>PI.2</b>				<b>0.880</b>				
<b>PI.3</b>				<b>0.863</b>				
<b>PI.4</b>				<b>0.851</b>				
<b>PI.5</b>				<b>0.831</b>				
<b>PI.6</b>				<b>0.866</b>				
<b>PI.7</b>				<b>0.834</b>				
<b>PR.1</b>					<b>0.851</b>			
<b>PR.2</b>					<b>0.867</b>			
<b>PR.3</b>					<b>0.895</b>			
<b>PR.4</b>					<b>0.839</b>			
<b>PR.5</b>					<b>0.836</b>			
<b>MS x LK</b>							<b>1.000</b>	
<b>MS x PI</b>								<b>1.000</b>
<b>MS x PR</b>						<b>1.000</b>		

Sumber : Data yang diolah (2025)

Hasil outer loading dari semua item menunjukkan nilai  $> 0,70$ . Jadi, bisa dikatakan seluruh item pernyataan dalam variabel pengetahuan investasi, literasi keuangan, persepsi risiko, media sosial, dan keputusan investasi adalah valid.

**Tabel 2. Nilai AVE**

	<b>Average variance extracted (AVE)</b>	<b>Keterangan</b>
<b>KI.</b>	<b>0.683</b>	Valid
<b>LK</b>	<b>0.710</b>	Valid
<b>MS.</b>	<b>0.694</b>	Valid

<b>PI</b>	<b>0.721</b>	Valid
<b>PR.</b>	<b>0.736</b>	Valid

*Sumber: Data yang diolah, 2025.*

Tiap variabel memiliki nilai AVE > 0,5 sehingga semua variabel dapat dikatakan valid.

#### ➤ **Validitas Diskriminan**

**Tabel 3 Cross Loading**

	Keputusan Investasi	Literasi Keuangan	Media Sosial	Pengetahuan Investasi	Persepsi Risiko
<b>KI.2</b>	<b>0.784</b>	-0.351	-0.321	-0.311	-0.393
<b>KI.3</b>	<b>0.784</b>	-0.305	-0.090	-0.268	-0.265
<b>KI.5</b>	<b>0.852</b>	-0.321	-0.160	-0.177	-0.338
<b>KI.6</b>	<b>0.881</b>	-0.322	-0.265	-0.204	-0.400
<b>LK.1</b>	-0.314	<b>0.849</b>	0.026	0.048	0.160
<b>LK.2</b>	-0.311	<b>0.854</b>	0.049	0.143	0.099
<b>LK.3</b>	-0.316	<b>0.838</b>	0.129	0.067	0.155
<b>LK.4</b>	-0.317	<b>0.827</b>	0.104	0.059	0.125
<b>LK.5</b>	-0.367	<b>0.830</b>	0.165	0.083	0.212
<b>LK.6</b>	-0.373	<b>0.852</b>	0.078	0.051	0.162
<b>LK.7</b>	-0.328	<b>0.843</b>	0.058	0.096	0.168
<b>LK.8</b>	-0.330	<b>0.845</b>	0.088	0.052	0.187
<b>MS.1</b>	-0.257	0.120	<b>0.841</b>	0.112	0.120
<b>MS.2</b>	-0.163	0.023	<b>0.840</b>	0.090	-0.001
<b>MS.3</b>	-0.246	0.105	<b>0.807</b>	0.109	0.146
<b>MS.4</b>	-0.180	0.077	<b>0.809</b>	0.098	0.142
<b>MS.5</b>	-0.277	0.080	<b>0.851</b>	-0.026	0.006
<b>MS.6</b>	-0.177	0.046	<b>0.837</b>	0.064	0.098
<b>MS.7</b>	-0.208	0.130	<b>0.845</b>	0.065	0.044
<b>PI.1</b>	-0.189	0.073	0.067	<b>0.818</b>	0.032
<b>PI.2</b>	-0.333	0.074	0.065	<b>0.880</b>	0.161

<b>PI.3</b>	-0.228	0.068	0.056	<b>0.863</b>	0.143
<b>PI.4</b>	-0.220	0.013	0.064	<b>0.851</b>	0.027
<b>PI.5</b>	-0.216	0.126	0.030	<b>0.831</b>	0.054
<b>PI.6</b>	-0.274	0.105	0.135	<b>0.866</b>	0.136
<b>PI.7</b>	-0.241	0.063	0.073	<b>0.834</b>	0.067
<b>PR.1</b>	-0.347	0.140	0.026	0.069	<b>0.851</b>
<b>PR.2</b>	-0.399	0.170	0.033	0.075	<b>0.867</b>
<b>PR.3</b>	-0.406	0.206	0.125	0.126	<b>0.895</b>
<b>PR.4</b>	-0.346	0.186	0.160	0.114	<b>0.839</b>
<b>PR.5</b>	-0.340	0.104	0.068	0.098	<b>0.836</b>

*Data yang diolah, 2025*

Tabel menunjukkan bahwa nilai *cross loading* lebih besar dari 0,7, dan nilai *cross loading* setiap indikator untuk konstruknya sendiri lebih tinggi daripada nilai *cross loading* untuk konstruksi lainnya. Artinya, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik.

**Tabel 4. Fornell-Larcker criterion**

	<b>KI.</b>	<b>LK</b>	<b>MS.</b>	<b>PI</b>	<b>PR.</b>
<b>KI</b>	<b>0.827</b>				
<b>LK</b>	-0.396	<b>0.842</b>			
<b>MS</b>	-0.268	0.105	<b>0.833</b>		
<b>PI</b>	-0.295	0.088	0.084	<b>0.849</b>	
<b>PR</b>	-0.430	0.190	0.096	0.113	<b>0.858</b>

*Sumber: Data yang diolah, 2025.*

Karena akar kuadrat nilai Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk lebih tinggi daripada nilai korelasi antara konstruk model, Fornell-Larcker dianggap dapat diterima.

➤ **Uji Reliabilitas**

**Tabel 5. Cronbach's alpha**

	<b>Cronbach's alpha</b>	<b>Keterangan</b>
<b>KI</b>	<b>0.846</b>	Reliabel
<b>LK</b>	<b>0.942</b>	Reliabel
<b>MS</b>	<b>0.927</b>	Reliabel
<b>PI</b>	<b>0.936</b>	Reliabel

<b>PR</b>	<b>0.910</b>	Reliabel
-----------	--------------	----------

Sumber: Data yang diolah, 2025.

Reliabilitas merujuk pada sejauh mana suatu alat ukur dapat menghasilkan hasil yang konsisten. Setiap instrumen pengukuran idealnya mampu memberikan hasil yang stabil setiap kali digunakan (Abdullah, 2015). Berdasarkan tabel diatas nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel  $> 0,70$  maka semua variabel dinyatakan sudah reliabel.

**Tabel 6. Composite reliability**

	<b>Composite reliability</b>	<b>Keterangan</b>
<b>KI</b>	<b>0.896</b>	Reliabel
<b>LK</b>	<b>0.951</b>	Reliabel
<b>MS</b>	<b>0.941</b>	Reliabel
<b>PI</b>	<b>0.948</b>	Reliabel
<b>PR</b>	<b>0.933</b>	Reliabel

Sumber : Data yang diolah , 2025.

Berdasarkan hasil analisis, semua variabel mempunyai reliabilitas yang kuat, dengan nilai *composite reliability* untuk konstruk dan variabel  $> 0,70$ .

## 2. Pengujian Inner Model

### R-Square

**Tabel 7. R-Square**

	<b>R-square</b>	<b>R-square adjusted</b>
<b>KI</b>	0.530	0.511

Sumber: Data yang diolah, 2025.

Dengan nilai R-Square sebesar 0,530 dan nilai R-Square yang disesuaikan sebesar 0,511, variabel Keputusan Investasi menunjukkan bahwa variabel independen dalam model menyumbang 53% variasi Keputusan Investasi, sementara variabel lain di luar model menyumbang 47%. Stabilitas model regresi dan tidak adanya gejala overfitting ditunjukkan oleh selisih minimal antara nilai R-Square yang disesuaikan dan R-Square. Oleh karena itu, model ini menunjukkan daya prediksi yang kuat.

## F-Square

**Tabel 8. F-Square**

	<b>KI</b>
<b>LK</b>	<b>0,167</b>
<b>MS</b>	0,139
<b>PI</b>	0,111
<b>PR</b>	<b>0,263</b>
<b>MS x PI</b>	0,054
<b>MS x LK</b>	0,133
<b>MS x PR</b>	0,126

*Sumber: Data yang diolah, 2025.*

Pengaruh pengetahuan investasi sebesar 0,111 terhadap keputusan investasi dianggap kecil, pengaruh literasi keuangan sebesar 0,167 dianggap sedang, dan pengaruh persepsi risiko sebesar 0,263 dianggap sedang. Namun, pengaruh pengetahuan investasi yang dimoderasi media sosial terhadap keputusan investasi (0,054), literasi keuangan terhadap keputusan investasi (0,33%), dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi (0,26%) juga dianggap kecil.

## 3. Pengujian Hipotesis

**Tabel 9. Pengujian Hipotesis**

	<b>Path Koefisien</b>	<b>T statistics</b>	<b>P values</b>	<b>F Square</b>
<b>H1: PI -&gt; KI</b>	-0.232	4.899	<b>0,000</b>	<b>0,111</b>
<b>H2: LK -&gt; KI</b>	-0.289	5.339	<b>0,000</b>	<b>0,167</b>
<b>H3: PR -&gt; KI</b>	-0.365	7.411	<b>0,000</b>	<b>0,263</b>
<b>H4: MS x PI -&gt; KI</b>	-0.180	2.895	<b>0,004</b>	<b>0,054</b>
<b>H5: MS x LK -&gt; KI</b>	-0.246	3.790	<b>0,000</b>	<b>0,133</b>
<b>H6: MS x PR -&gt; KI</b>	-0.237	4.432	<b>0,000</b>	<b>0,126</b>

*Sumber: Data yang diolah, 2025.*

Berdasarkan hasil bootstrapping yang ditampilkan pada tabel diatas, seluruh variabel dalam model menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Investasi, yang ditunjukkan oleh nilai p-value yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai T-statistik yang lebih besar dari 1,96. Namun pengaruh tersebut arahnya negatif.

**Tabel 10. Hasil Pengembangan Hipotesis**

<b>Hipotesis</b>		<b>Keterangan</b>
<b>H1</b>	Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.	Terdukung
<b>H2</b>	Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.	Terdukung
<b>H3</b>	Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.	Terdukung
<b>H4</b>	Media sosial memoderasi hubungan antara pengetahuan investasi dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.	Terdukung
<b>H5</b>	Media sosial memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.	Terdukung
<b>H6</b>	Media sosial memoderasi hubungan antara persepsi risiko dan keputusan investasi logam mulia generasi z di Pekalongan.	Terdukung

*Sumber: Data yang diolah, 2025.*

**Uji Hipotesis H1 : Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi, dengan koefisien -0,232. Artinya, peningkatan pengetahuan investasi justru diikuti dengan penurunan kecenderungan untuk mengambil keputusan investasi tertentu. Arah hubungan yang negatif ini bisa diartikan bahwa individu dengan tingkat pengetahuan investasi yang lebih tinggi cenderung lebih berhati-hati, kritis, atau konservatif dalam mengambil keputusan investasi.

Hipotesis diterima, yang berarti pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di pekalongan.

**Uji Hipotesis H2 : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan**

Temuan analisis, yang mencakup T-statistik sebesar 5,339 dan koefisien -0,289, menunjukkan bahwa literasi keuangan secara signifikan memengaruhi keputusan investasi secara negatif. Pada tingkat keyakinan 95%, signifikansi statistik ditunjukkan oleh nilai T-statistik yang lebih besar dari 1,96. Arah negatif hubungan ini menunjukkan bahwa orang cenderung

lebih berhati-hati atau konservatif dalam mengambil keputusan investasi jika mereka memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi.

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.

**Uji Hipotesis H3 : Persepsi risiko berpengaruh sinifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi, dengan koefisien sebesar -0,365. Nilai T-statistik sebesar 7,411, yang jauh di atas nilai kritis pada tingkat signifikansi 5%, menunjukkan bahwa pengaruh ini sangat signifikan secara statistik. Arah hubungan yang negatif berarti bahwa semakin tinggi persepsi risiko seseorang terhadap investasi, semakin kecil kecenderungannya untuk berinvestasi.

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti persepsi risiko berpengaruh sinifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.

**Uji Hipotesis H4 : Media sosial memoderasi hubungan antara pengetahuan investasi dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai moderator yang memperlemah pengaruh pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi. Meskipun pengaruh tersebut signifikan secara statistik, besarnya pengaruh sangat kecil, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai F Square sebesar 0,054. Arah hubungan yang negatif mengindikasikan bahwa kehadiran media sosial cenderung mengganggu atau mengurangi efektivitas pengetahuan investasi dalam mempengaruhi keputusan investasi.

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti media sosial memoderasi hubungan antara pengetahuan investasi dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.

**Uji Hipotesis H5 : Media sosial memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.**

Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial sebagai moderasi berpengaruh negatif signifikan terhadap hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi, dengan koefisien -0,246. Ini berarti kehadiran media sosial justru memperlemah pengaruh positif literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Nilai F Square sebesar 0,133 menunjukkan pengaruh dalam kategori kecil, namun tetap signifikan.

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti media sosial memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.

**Uji Hipotesis H6 : Media sosial memoderasi hubungan antara persepsi risiko dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa media sosial sebagai variabel moderasi memberikan pengaruh negatif signifikan terhadap hubungan antara persepsi risiko dan keputusan investasi. Dengan koefisien sebesar -0,237, dapat disimpulkan bahwa ketika media sosial berperan dalam hubungan ini, pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi cenderung menurun. Arah pengaruh yang negatif menunjukkan bahwa media sosial justru memperlemah efek persepsi risiko dalam mempengaruhi keputusan investasi.

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti media sosial memoderasi hubungan antara persepsi risiko dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Dari temuan penelitian yang telah dikaji oleh peneliti, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan investasi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan
2. Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan

3. Persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan
4. Media sosial memoderasi hubungan antara pengetahuan investasi dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan secara negatif
5. Media sosial memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan secara negatif
6. Media sosial memoderasi hubungan antara persepsi risiko dan keputusan investasi logam mulia pada generasi z di Pekalongan secara negatif

### **Saran**

Terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian di masa mendatang sebaiknya mencakup berbagai daerah agar hasil yang diperoleh lebih representatif terhadap populasi Generasi Z di Indonesia. Selain itu, penggabungan pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam, juga disarankan untuk menggali alasan atau motivasi yang melatarbelakangi keputusan investasi. Kedua, fokus penelitian juga dapat diperluas pada jenis investasi lain, seperti saham, aset digital, maupun properti, guna mengetahui apakah pola pengaruh yang ditemukan akan menunjukkan kesamaan atau justru perbedaan. Ketiga, penelitian berikutnya juga diharapkan dapat mengeksplorasi lebih rinci mengenai platform media sosial yang dominan dalam memengaruhi keputusan investasi generasi muda. Terakhir, penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel seperti locus of control, tingkat pendapatan, maupun perilaku keuangan juga dapat dimasukkan agar hasil penelitian semakin komprehensif dan memberikan gambaran yang lebih mendalam.

### **REFERENSI**

- Adhima, R. F., Lukita, C., & Nadeak, T. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4722 – 4738.
- Afifah, & Farid, A. (2023). Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2879-2900.

- Alfiyah, H., Ambardi, & Novida, I. (2024). Analisis Pengaruh Sosial Media, Risk Perception dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal Pada Kalangan Milineal. *JURNAL MANEKSI*, 13(1), 216-225.
- Amanda, Widagdo, B., & Fitriasari, F. (2023). The Effect of Financial Literacy, Personal Income, and Locus of Control in Long-Term Gold Investment Decision. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(2), 120-129.
- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*.
- Aris, W. M., & Ari, S. (2024). PENGARUH PENDAPATAN, PENGETAHUAN INVESTASI, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT INVESTASI TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN PADA GEN Z DI WILAYAH SOLO RAYA. *Jurnal Studi Inovasi*, 4(1), 36-44.
- Artini, N. L., & Darma, G. S. (2024). Determinants of gold investment decisions on generation Z in Bali. *International Journal of Economic Perspectives*, 18(1), 1-18.
- Gustika, G. S., & Yaspita, H. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa STIE Indragiri Rengat. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 6(1), 261-269.
- Handayani, C. O., & Marbun, J. (2023). Pengaruh Digitalisasi, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Emas Melalui PT Pegadaian (Studi Kasus pada Generasi Z di Jabodetabek). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN*, 3.
- Huston, & J., S. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*.
- Indah, A., Nazori, M., & Rohana. (2023). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas Di Unit Pegadaian Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas Di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. *Journal of Economics and Business Management*, 2(1), 227-243.
- Isu, P. D., Muga, M. P., Pau, S. P., & Ballo, F. W. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Tingkat Financial Literacy dan Faktor Umur Terhadap Keputusan Investasi Emas Pada Pegadaian SoE. *Behavioral Accounting Journal*, 5(2), 143-157.
- Karman, P., & Fathihani. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Sistem Pembayaran terhadap Minat Investasi Emas Digital pada Generasi Milenial (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian

- Nusantara Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(3), 133-142.
- Khurotul, F., & Amma, F. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(3), 164-175.
- Khurram, A. K., Mohammed, A. A., & Pankaj, K. T. (2020). Perceived usefulness of social media in financial decision-making: differences and similarities. *Innovative Marketing*, 16(4), 145-154.
- Kurniati, P. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Reputasi, Norma Timbal Balik Dan Hubungan Yang Diharapkan Terhadap Perilaku Berbagi Pengetahuan Di Media Sosial. *Jurnal Neraca*, 18(1), 43-61.
- Landang, R. D., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2021). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERILAKU KEUANGAN DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR. *Jurnal EMAS*, 2(2), 51-70.
- Loprang, W. R., Saerang, I. S., & A Lintong, D. C. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN EFKASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MASYARAKAT MALALAYANG DUA LINGKUNGAN DUA. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1295-1304.
- Manik, N. N., Fadillah, P. I., & Jannah, N. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI Z DALAM BERINVESTASI TABUNG EMAS PADA PEGADAIAN DIGITAL SYARIAH. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(4), 637-646.
- Mohta, A., & Shunmugasundaram, V. (2023). Moderating role of millennials' financial literacy on the relationship between risk tolerance and risk investment behavior: evidence from India. *International Journal of Social Economics*.
- Mualim, A. S., Basuki, F. H., & Latuamury, J. (2023). PENGARUH LOCUS OF CONTROL, FINANCIAL LITERACY, DAN INCOME TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI EMAS (STUDI EMPIRIS PADA NASABAH PRODUK MULIA DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG AMBON). *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 91-108.
- Nadya, S. N., & Lutfi, L. (2020). The influence of risk perception, risk tolerance, overconfidence, and loss aversion towards investment decision making. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 21(3), 401-413.

- Nawastha, C. H., & Alversia, Y. (2020). Pengaruh Customer Engagement di Media Sosial terhadap Intimacy pada Produk Fashion Lokal Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 43(2), 1-14.
- Nisa, C., & Widyasari, S. (2023). The Influence Of Product Knowledge, Risk Perception, And Company Image On Purchasing Decisions (Study On Gold Saving Product At PT Pegadaian CP Jepara). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7135-7143.
- Nurul, U., Nur, F., & Indria, P. L. (2024). PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN, FLUKTUASI HARGA EMAS, KUALITAS PELAYANAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT NASABAH BERINVESTASI MELALUI CICIL EMAS DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG MASBAGIK. *Jurnal Risma*, 4(2), 328-341.
- Pratiwi, P., & Atmoko, A. D. (2023). EFEK MEDIASI PERILAKU KEUANGAN PADA PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI BAGI PELAKU UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Keunis*, 11(1), 13-26.
- Putra, C. I., Widjanarko, W., Carlos, G. J., Meutia, K. I., Hasanuddin, Siagian, R., & Sobari, M. (2024). Personal Finance Millenial Generation : Determination of Mediation of Investment Intention on the Influence of Investment Knowledge and Returns on Investment Decisions on Gold Instruments in Bekasi City. *DINASTI INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, FINANCE, AND ACCOUNTING (DIJEFA)*, 5(2), 552-560.
- Putri, I. D., & Sudiyatno, B. (2023). The Influence Of Financial Literacy, Herding And Regret Aversion Bias On The Investment Decisions Of The Millenial Generation. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 4198-4209.
- PUTRI, I. H., & SASONTO, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ekono Insentif*, 18(1), 34-46.
- Rinwantin, & Taufiq, A. S. (2021). MINAT GENERASI Z DALAM BERINVESTASI TABUNG EMAS PADA PEGADAIAN DIGITAL SYARIAH. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 203-211.
- Riztami, R. S., Supaino, & Rizal, A. (2022). PENGARUH DIGITALISASI, MOTIVASI DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering*, 653-662.

- Sartika, F., & Humairo, N. (2021). Literasi Keuangan dan Faktor Sosiodemografi terhadap Keputusan Investasi melalui Bias Perilaku. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 164–177.
- Setiawati, A. A., & Venusita, L. (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 Akuntansi*, 5(1), 1015-1025.
- Siska, A., & Muniaty, A. (2024). FACTORS INFLUENCING GENERATION Z'S PURCHASING INTENTION IN BSI MOBILE GOLD INSTALLMENTS. *Jurnal Perbankan Syariah*, 5(2), 354-369.
- Suhendar, D., & Fahamsyah, M. H. (2024). The Effect of Financial Literacy, Income, and Financial Behaviour on Gen-Z Investment Decisions in Bekasi Regency. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 655-664.
- Sulistiyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Return dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2).
- Susanti, A., Farida, A., & Ardyan, E. (2023). Does Financial Literacy Affect Decisions Regarding Gold Investments? Risk Perception, Income, and Financial Behavior of the Surakarta Community. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 7(12), 142-162.
- Widjanarko, W., Hadita, H., Saputra, F., & Cahyanto, Y. D. (2023). Determinasi Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(4), 248-264.
- Yulianis, N., & Sulistyowati, E. (2021). The Effect Of Financial Literacy, Overconfidence, And Risk Tolerance On Investment Decision. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 4(1), 61-71.