JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

Pengaruh *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

Indri Fauzirra Sinulingga[1*], Wardayani[2]
[1,2] Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Indonesia
*E-mail: indrifzirraa@gmail.com

Information Article
History Article
Submission: 15-06-2026
Revision: 01-07-2026
Published: 02-07-2026

DOI Article:
10.62421/jibema.v4i1.438

A B S T R A K

Kemajuan teknologi ini juga melahirkan berbagai platform investasi digital yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi secara online dengan proses yang lebih sederhana dan modal yang relatif kecil. Kondisi tersebut mendorong semakin banyak individu untuk mulai berinvestasi sejak usia muda. Proses pengambilan keputusan menanamkan dana ini dikenal sebagai keputusan investasi, yang tidak hanya melibatkan pertimbangan rasional seperti tingkat pengembalian (*return*), risiko (*risk*), dan jangka waktu investasi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis serta kondisi lingkungan sosial individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. *Peer Influence* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Secara simultan, *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan dan pengaruh lingkungan sosial menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan investasi Generasi Z.

Kata Kunci: *Financial Knowledge*, *Peer Influence,* Keputusan Investasi, Generasi Z

A B S T R A C T

This technological advancement has also given rise to various digital investment platforms that allow people to invest online with simpler processes and relatively small capital. This condition encourages more and more individuals to start investing from a young age. The decision-making process of investing funds is known as an investment decision, which not only involves rational considerations such as the rate of return, risk, and investment period, but is also influenced by psychological factors and the individual's social environment. This study aims to determine the effect of Financial Knowledge and Peer Influence on Generation Z Investment Decisions. This study uses a quantitative method with a sample of 100 respondents. Data collection was carried out by distributing

Acknowledgment

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

questionnaires using a Likert scale and analyzed using the IBM SPSS Statistics application through validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that Financial Knowledge has a positive and significant effect on Generation Z Investment Decisions. Peer Influence also has a positive and significant effect on Generation Z Investment Decisions. Simultaneously, Financial Knowledge and Peer Influence have a significant effect on Generation Z Investment Decisions. This indicates that financial understanding and the influence of the social environment are important factors in determining Generation Z investment decisions.

***Key word*:** *Financial Knowledge*, *Peer Influence*, Investment Decision, Generation Z

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang keuangan dan investasi. Transformasi digital memungkinkan individu untuk mengakses berbagai layanan keuangan secara lebih mudah melalui internet dan perangkat digital seperti *smartphone*. Kemajuan teknologi ini juga melahirkan berbagai platform investasi digital yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi secara online dengan proses yang lebih sederhana dan modal yang relatif kecil. Kondisi tersebut mendorong semakin banyak individu untuk mulai berinvestasi sejak usia muda. Proses pengambilan keputusan menanamkan dana ini dikenal sebagai keputusan investasi, yang tidak hanya melibatkan pertimbangan rasional seperti tingkat pengembalian (*return*), risiko (*risk*), dan jangka waktu investasi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis serta kondisi lingkungan sosial individu. Investasi merupakan komitmen untuk menempatkan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan.

Salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan kualitas keputusan investasi adalah tingkat pengetahuan keuangan atau *financial knowledge* yang dimiliki oleh individu. *Financial knowledge* merupakan pemahaman seseorang mengenai konsep-konsep dasar keuangan seperti pengelolaan uang, tabungan, investasi, bunga, inflasi, serta risiko keuangan. Individu yang memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang baik cenderung mampu mengelola keuangan secara lebih efektif dan membuat keputusan investasi yang lebih rasional. Sejalan dengan itu, (Lanciano et al., 2025) menyatakan bahwa *financial knowledge* adalah kemampuan individu dalam memahami informasi keuangan dan menggunakannya secara efektif dalam pengambilan keputusan. Riset mendukung hal ini yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih aktif dalam berpartisipasi di pasar keuangan dan memiliki perencanaan keuangan yang lebih baik. Disamping

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

itu, (Wiyani & Syahbudi, 2025) memperlihatkan bahwa peningkatan pemahaman terhadap berbagai indikator pengetahuan keuangan akan memperkuat akurasi keputusan finansial individu.

Selain pengetahuan keuangan, aspek penting lainnya yang kuat mendorong keputusan investasi, terutama pada generasi muda, ialah *peer influence* atau pengaruh teman sebaya. *Peer influence* merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan sosial yang dapat membentuk sikap, perilaku, serta keputusan individu. Apabila kelompok sosial atau teman sebaya aktif melakukan aktivitas investasi, individu akan lebih cenderung terdorong ikut berpartisipasi. Pengaruh teman sebaya menjadi semakin kuat pada generasi muda karena mereka memiliki tingkat interaksi sosial yang tinggi serta cenderung menjadikan teman sebagai sumber referensi. Diskusi mengenai investasi di antara teman sebaya dapat memberikan dampak positif apabila informasi yang dibagikan bersifat edukatif. Pilihan investasi seseorang dipengaruhi oleh opini, tren, dan pengalaman orang lain yang mereka lihat baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Selain itu, riset yang dilaksanakan oleh (Purnama & Winarsih, 2025)mengemukakan bahwa interaksi dan pengaruh teman sebaya berdampak penting bagi peningkatan motivasi berinvestasi generasi muda. Begitu juga studi dari (Utami et al., 2024) menjelaskan bahwa kombinasi antara pengetahuan keuangan yang memadai dan dorongan sosial dari teman sebaya secara simultan dapat memperkuat kualitas keputusan investasi yang diambil secara nyata. Di sisi lain, peningkatan aktivitas investasi ini juga dipicu oleh kemudahan akses informasi digital yang meluas. Namun, maraknya promosi dan tren investasi yang tidak diimbangi analisis mandiri berpotensi menimbulkan fenomena *herd behavior* atau sekadar ikut-ikutan tren tanpa memedulikan risiko.

Sejalan dengan hal tersebut, fokus perhatian utama tertuju pada Generasi Z, dan tumbuh bersama perkembangan teknologi digital. Kelompok usia ini sangat akrab dengan teknologi dan media sosial sehingga memiliki peluang besar untuk terlibat dalam aktivitas investasi sejak dini. Berdasarkan observasi, meskipun minat investasi Generasi Z di Kota Medan mengalami kenaikan, tingkat literasi keuangan (*financial knowledge*) mereka nyatanya masih bervariasi dan belum sepenuhnya merata. Banyak di antara mereka yang tertarik menanamkan dana hanya karena mengikuti tren lingkungan sosial (*peer influence*) atau terbujuk konten media sosial tanpa memahami mekanisme risiko finansial yang sesungguhnya. Perbedaan pemahaman individu inilah yang melatarbelakangi pentingnya menganalisis bagaimana kedua variabel tersebut mengarahkan tindakan riil investasi mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk meneliti bagaimana *financial knowledge* serta *peer influence* memengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Data

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

riset terdiri atas data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner terhadap responden menggunakan skala Likert, serta data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal, juga riset terdahulu yang sesuai. Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok Generasi Z di Kota Medan yang memiliki pengetahuan atau pengalaman mengenai investasi, dengan jumlah sampel yang ditetapkan menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 responden . Pengumpulan informasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara terstruktur. Untuk mengetahui dampak *financial knowledge* (X1) serta *peer influence* (X2) terhadap keputusan investasi Generasi Z (Y), analisis data dilakukan memakai program IBM SPSS Statistics melalui analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2) .

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Penelitian menggunakan 100 responden yang termasuk dalam kelompok Generasi Z dan memiliki pengetahuan atau pengalaman mengenai investasi. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji simultan (uji F), uji parsial (uji t), serta koefisien determinasi (R^2).

Tabel 1. Karakteristik dan Objek Penelitian

Aspek	Keterangan
Objek Penelitian	Mahasiswa Generasi Z
Variabel Penelitian	*Financial Knowledge, Peer Influence*, Keputusan Investasi
Metode menelitian	Kuantitatif
Jumlah Responden	100 Responden
Instrumen Penelitian	Kuesioner Skala Likert
Analisis Data	SPSS

Sumber: Data Diolah (2026)

Objek penelitian ini berfokus pada Generasi Z yang memiliki ketertarikan maupun pengalaman dalam melakukan investasi. Perkembangan teknologi digital memberikan kemudahan bagi Generasi Z untuk memperoleh informasi mengenai investasi melalui berbagai media digital. Namun, keputusan investasi tetap membutuhkan pemahaman keuangan dan pertimbangan yang baik agar keputusan yang diambil sesuai dengan tujuan keuangan.

Tabel 2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Variabel	Rentang r_{hitung}	*Cronbach Alpha*	Kesimpulan
Financial Knowledge (X_1)	0,314 – 0,498	0,93	Valid sertaReliabel
Peer Influence (X_2)	0,353 – 0,451	0,81	Valid sertaReliabel
Keputusan Investasi (Y)	0,314 – 0,498	0,84	Valid sertaReliabel

Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji instrumen penelitian, seluruh item pernyataan pada variabel *Financial Knowledge*, *Peer Influence*, dan Keputusan Investasi dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,196. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Hasil	Standar	Kesimpulan
Kenormalan	Sig. 0,009	> 0,05	Data BerdistribusiNormal
Multikolinearitas	Tolerance 0,549; VIF 1,823	Tolerance >0,10; VIF <10	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Sig. X1=0,486; X2=0,257	> 0,05	Tak Berlangsung Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, model regresi telah memenuhi persyaratan analisis. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* 0,549 dan VIF 1,823, sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi X1 sebesar 0,486 dan X2 sebesar 0,257 (>0,05), sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk menguji pengaruh *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* terhadap Keputusan Investasi Generasi Z.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis

Pengujian	Nilai	Signifikansi	Kesimpulan
Kecocokan model (R^2)	0,743	-	Variabel berpengaruh sebesar 74,3% terhadap Keputusan Investasi
Tes F	139,919	0,000	Berdampak simultan signifikan
Tes t Kualitas Produk (X1)	3,611	0,000	Berdampak baik serta penting
Tes t Ketersediaan Produk (X2)	9,672	0,000	Berdampak baik serta penting

Sumber: Data Diolah (2026)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,743 menunjukkan bahwa variabel *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* mampu menjelaskan keputusan investasi sebesar 74,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

PEMBAHASAN

Financial Knowledge Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t), variabel *Financial Knowledge* memperoleh nilai t sebesar 3,611 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Artinya, semakin baik tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin baik pula kemampuan individu tersebut dalam menentukan keputusan investasi yang tepat.

Financial Knowledge menjadi salah satu faktor penting dalam proses pengambilan keputusan investasi karena berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam memahami konsep dasar keuangan, mengelola pendapatan, menentukan prioritas penggunaan dana, serta memahami berbagai instrumen investasi yang tersedia. Individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik akan lebih mampu mempertimbangkan risiko, tingkat keuntungan, serta kesesuaian investasi dengan kondisi keuangan sebelum melakukan keputusan investasi (Candera et al., 2026).

Pada Generasi Z, pemahaman keuangan memiliki peran yang semakin penting karena saat ini berbagai informasi dan akses investasi dapat diperoleh dengan mudah melalui perkembangan teknologi digital. Namun, kemudahan tersebut juga membutuhkan kemampuan dalam menyaring informasi agar keputusan investasi yang diambil tidak hanya berdasarkan tren atau ajakan dari pihak lain. Generasi Z yang memiliki tingkat *Financial Knowledge* yang baik cenderung melakukan analisis terlebih dahulu sebelum memilih instrumen investasi, sehingga keputusan yang dihasilkan menjadi lebih rasional dan terencana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan keuangan dapat mendorong Generasi Z untuk lebih percaya diri dalam melakukan investasi. Pemahaman mengenai risiko dan keuntungan investasi membuat seseorang lebih mampu menghindari keputusan yang kurang tepat dan memilih investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan. Dengan demikian, *Financial Knowledge* menjadi faktor internal yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi Generasi Z (Purwidianti et al., 2024).

Peer Influence Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t), variabel *Peer Influence* memperoleh nilai t sebesar 9,672 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Peer Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh lingkungan sosial yang diterima seseorang, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut tertarik dan mengambil keputusan untuk melakukan investasi.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

Peer Influence menggambarkan pengaruh yang berasal dari teman sebaya, kelompok sosial, maupun lingkungan sekitar dalam membentuk perilaku seseorang. Pada Generasi Z, lingkungan sosial memiliki peran yang cukup besar karena kelompok usia ini sangat aktif dalam berinteraksi dan memperoleh informasi melalui berbagai media, baik secara langsung maupun melalui platform digital. Informasi mengenai pengalaman investasi, rekomendasi instrumen investasi, serta keberhasilan orang lain dalam berinvestasi dapat menjadi faktor yang mendorong seseorang untuk mulai melakukan investasi (Sari et al., 2024).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan investasi Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memahami aspek keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa lingkungan sosial. Ketika seseorang berada dalam lingkungan yang memberikan informasi positif mengenai investasi, maka minat dan keyakinan dalam melakukan investasi dapat meningkat (Sari et al., 2024).

Namun, pengaruh dari teman sebaya tetap membutuhkan pertimbangan yang baik. Informasi yang diperoleh dari lingkungan sosial perlu dikombinasikan dengan pengetahuan keuangan agar keputusan investasi yang diambil tidak hanya berdasarkan rekomendasi orang lain. Dengan demikian, *Peer Influence* dapat menjadi faktor pendukung dalam membentuk keputusan investasi apabila diikuti dengan kemampuan analisis yang memadai.

Financial Knowledge dan Peer Influence Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F), diketahui bahwa variabel *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari kombinasi faktor internal dan faktor eksternal.

Financial Knowledge berperan sebagai faktor internal yang membantu individu memahami bagaimana cara mengelola keuangan, menilai risiko, serta menentukan pilihan investasi yang sesuai. Sementara itu, *Peer Influence* berperan sebagai faktor eksternal yang memberikan informasi, pengalaman, dan dorongan dari lingkungan sosial. Kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk keputusan investasi Generasi Z (Purwidianti et al., 2024).

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,743, dapat diketahui bahwa variabel *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* mampu menjelaskan sebesar 74,3% perubahan pada Keputusan Investasi Generasi Z. Sedangkan sisanya sebesar 25,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

penelitian ini, seperti pendapatan, tingkat risiko yang diterima, pengalaman investasi, motivasi, tujuan keuangan, serta faktor ekonomi lainnya (Candera et al., 2026).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman keuangan seseorang dan semakin positif pengaruh lingkungan sosial yang diterima, maka semakin baik pula keputusan investasi yang dilakukan oleh Generasi Z. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan serta lingkungan sosial yang memberikan informasi investasi yang tepat dapat membantu Generasi Z dalam mengambil keputusan investasi yang lebih bijak, terencana, dan sesuai dengan kondisi keuangan masing-masing (Purwidianti et al., 2024).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. *Financial Knowledge* menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keputusan investasi karena semakin tinggi pemahaman seseorang mengenai pengelolaan keuangan, risiko investasi, keuntungan, serta berbagai instrumen investasi, maka semakin baik kemampuan individu dalam mengambil keputusan investasi secara rasional dan terencana.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Peer Influence* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial dapat memberikan informasi, pengalaman, serta dorongan yang memengaruhi minat seseorang dalam melakukan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan investasi Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan dalam memahami keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa lingkungan sosial.

Secara simultan, variabel *Financial Knowledge* dan *Peer Influence* mampu menjelaskan sebesar 74,3% perubahan pada Keputusan Investasi Generasi Z, sedangkan sisanya sebesar 25,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti pendapatan, pengalaman investasi, motivasi, tujuan keuangan, serta faktor ekonomi lainnya. Dengan demikian, peningkatan pemahaman keuangan dan pengaruh lingkungan sosial yang positif menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan investasi yang lebih baik pada Generasi Z.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Generasi Z disarankan untuk terus meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai keuangan sebelum melakukan investasi agar mampu memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan dan kondisi keuangan. Selain itu, informasi investasi yang diperoleh dari lingkungan sosial perlu dipertimbangkan secara bijak dengan tetap melakukan

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

analisis terlebih dahulu. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti pendapatan, literasi digital, toleransi risiko, pengalaman investasi, maupun faktor psikologis agar memperoleh hasil penelitian yang lebih luas dan mendalam.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

DAFTAR PUSTAKA

Candera, M., Safitri, E., Kasuwara, C., & Departement, M. (2026). Knowledge To Action: How Digital Financial Literacy Shapes Investment Decisions Of Generation Z Through Fintech. 16(02), 345–369. Https://Doi.Org/10.22219/Jrak.V16i2.42776

Lanciano, E., Previati, D., Ricci, O., & Santilli, G. (2025). Financial Literacy And Sustainable Finance Decisions Among. Journal Of Economics And Business, 134–135(May 2024), 106220. Https://Doi.Org/10.1016/J.Jeconbus.2024.106220

Purnama, M. A., & Winarsih, T. (2025). The Influence Of Learning Motivation And Learning Environment Quality On Academic Achievement Of Gen Z Students. 3(4), 665–683.

Purwidianti, Javier, Azaria, M., Tubastuvi, F., Aryoko, N. W., & Pradhipta. (2024). Gen Z Investment Decision : Role O F Financial Literacy , Financial Behaviour , Financial Experience A Nd Risk Tolerance. 05(04), 721–739.

Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2024). Systematic Literature Review : Pengaruh Financial Technology Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z.

Utami, S. S., Irawati, D., Prasaja, M. G., Studi, P., Fakultas, M., Purworejo, U. M., & Volatilitas, J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas,Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Investasi. 6(1), 109–123.

Wiyani, S., & Syahbudi, M. (2025). The Role Of Fintech In The Transformation Of The Cashless Society Of The Sharia Financial Sector With A Literature Review Approach. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 7(2), 126–160.

Alifia Fariska Desma, Kusum Yudha Septian, & Prihatiningsih. (2024). 314-Article Text-656-1-10-20240725. 4, 499–523.

Anila, D., & Samsudin, A. (2026). The Influence Of Financial Literacy , Return Perception , And Risk Perception On Students ' Investment Interest In Business Administration Upn " Veteran " East Java. 22(1), 159–171.

Atharrizka, N., Nurjanah, Y., & Andrianto, T. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. 1(2). Https://Doi.Org/10.37641/Jikes.V1i2.889

Ayu, M., Geriadi, D., Putu, N., Ria, Y., Wijaya, B. A., Gusti, I., Prabandari, A., Putri, T., Rai, N., Universitas, J. P., & Rai, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan Melalui Financial Technology. 10(2). Https://Doi.Org/10.21107/Jsmb.V10i2.23401

Cahya, P. M., & Ahmad, M. H. (2022). Pengaruh Cashless Transaction Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Iain Metro. Jurnal Syariah Dan Hukum Islam, 1(1), 43–53.

Candera, M., Safitri, E., Kasuwara, C., & Departement, M. (2026). Knowledge To Action: How Digital Financial Literacy Shapes Investment Decisions Of Generation Z Through Fintech. 16(02), 345–369. Https://Doi.Org/10.22219/Jrak.V16i2.42776

Christian, M. R., & Sarstedt, M. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R.

Erichson, B., Backhaus, K., Gensler, S., & Weiber, R. (2021). Multivariate Analysis.

Fitria, Y. Z. N., Benardin, D. E. Y., & Natalia, L. (2025). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude Dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. 6, 550–570.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). Multivariate Data Analysis (7th Ed.). Pearson Education Limited,.

Jr., J. F. H., Hultm., G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Ray, N. P. D. · S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

Kamaruddin, I., Firmansah, D., Zulkifli, Amane, A. P. O., Nasarudin, Samad, M. A., & Haerudin. (2022). Kuantitatif Ilham Kamaruddin Deri Firmansah Zulkifli Ade Putra Ode Amane Nasarudin Moihammad Ardani Samad Haerudin Pt Global Eksekutif Teknologi.

Lanciano, E., Previati, D., Ricci, O., & Santilli, G. (2025). Financial Literacy And Sustainable Finance Decisions Among. Journal Of Economics And Business, 134–135(May 2024), 106220. Https://Doi.Org/10.1016/J.Jeconbus.2024.106220

Listiana, E., Hansen, W., Irdhayanti, E., Daud, I., & Marumpe, D. P. (2025). Pengaruh Stres Dan Rewards Terhadap Kepuasan Freelancer Gen Z: Peran Motivasi. 3(2), 86–100.

Liu, F., & Demosthenes, P. (2023). Real - World Data : A Brief Review Of The Methods , Applications , Challenges And Opportunities. Bmc Medical Research Methodology, 22(1), 1–10. Https://Doi.Org/10.1186/S12874-022-01768-6

Mardika, A. P., Putra, Susila, I. P. D. S., Rahmantari, N. L. L., Utari, N. K. M. T., & Yasmita, I. G. A. L. (2025). Analisa Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Gen – Z Dalam Menentukan Keputusan Investasi. 16(2), 345–353.

Mawarni, R. C. (2025). Financial Knowledge Dan Perilaku Investasi Pada Generasi Z.

Nugroho1. (2023). The Effect Of Motivation, Investment Knowledge, Financial Literacy On Generation Z Interest In Investing In The Capital Market. 1–16.

Ojk. (2021). Inisiasi Otoritas Jasa Keuangan Kediri Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Masyarakat Kediri. 1(April), 67–87.

Padhy, S. C., Ganguli, R., & Saxena, T. (2022). The Characteristics And Preferences Of Gen Z. 2010, 2022.

Pratiwi, R., Walwii, K., Nuqman, A., & Hapsari, T. F. (2025). Peran Literasi Keuangan Digital Dan Tren Investasi Digital Terhadap Investasi Cryptocurrency Pada Generasi Muda. 9(2), 343–351.

Purnama, M. A., & Winarsih, T. (2025). The Influence Of Learning Motivation And Learning Environment Quality On Academic Achievement Of Gen Z Students. 3(4), 665–683.

Purwidianti, Javier, Azaria, M., Tubastuvi, F., Aryoko, N. W., & Pradhipta. (2024). Gen Z Investment Decision : Role O F Financial Literacy , Financial Behaviour , Financial Experience A Nd Risk Tolerance. 05(04), 721–739.

Putri1, O. Y., Lestari2, S. I. P., & Prabawa3, S. T. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi Digital. 3(3).

Rahima, A., & Anindya, K. N. (2025). Does Financial Literacy Affect Investment Decisions ? Evidence From Gen Z Of Vocational Program. 26(October). Https://Doi.Org/10.18196/Jesp.V26i2.28404

Rimawan, M., Muniarty, P., Alwi, Muthiah, H., Ovriyadin, Rosa, & Yuliati6. (2025). Minat Investasi Generasi Z: Peran Literasi Keuangan, Media Sosial Dan Pengaruh Sosial. 5(7), 176–186.

Ruslain, Rizal, Nurhasanah, M., & Utami, S. (2024). Volatility Management In Multifactor Portfolios : A Literature Review On Risk-Return Dynamics And Strategic Investment Implications. 2020.

Sari, D. D. (2020). Mendidik Generasi Alpha Dalam Membangun Sikap Mandiri, Sosial Dan Tanggung Jawab.

Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2024). Systematic Literature Review : Pengaruh Financial Technology Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.

Sulistyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, M., & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Financial Literacy , Return Dan Resiko Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam Di Kota Bekasi. 8(02), 2253–2260.

Tamara, Thelwall, M., & Nevill. (2021). Is Research With Qualitative Data.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi
Volume 4, No. 1, July 2026, p. 557-567

Utami, E. M., Yuliani, R., & Fatihat, G. G. (2024). Financial Literacy As Mediates Of Financial Attitude And Intention To Invest In Shariah. 4(2), 120–130.

Utami, Eristy Minda, Gusni, Yuliani, Reva, Pesakovic, & Gordana. (2024). Financial Knowledge And Social Influence On Generation Z Intention To Invest: The Mediating Role Of Financial Attitude And Literacy. 40(1), 121–147.

Utami, S. S., Irawati, D., Prasaja, M. G., Studi, P., Fakultas, M., Purworejo, U. M., & Volatilitas, J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas,Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Investasi. 6(1), 109–123.

Varadilla, Y. M., & Nugroho, P. I. (2024). Pengaruh Teknologi Keuangan, Literasi Keuangan Dan Mental Akuntansi Terhadap Keputusan Investasi. 3, 47–65.

Wiyani, S., & Syahbudi, M. (2025). The Role Of Fintech In The Transformation Of The Cashless Society Of The Sharia Financial Sector With A Literature Review Approach. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 7(2), 126–160.

Yuliani, Yustia Sabela. (2025). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, Dan Herding Behavior Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Dan Pekerja Di Provinsi Lampung.

 Copyright ©2026, JIBEMA

Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License