

Peran *Financial Literacy* dalam Menjembatani Hubungan Antara Persepsi Risiko, *Overconfidence* dan Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa

Marta Erin Anggraini¹, Diana Puspitasari², Rudi Kurniawan³, Almira Santi Samasta⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro
martaerinanggraini@gmail.com, dianapuspitasari718@dsn.dinus.ac.id,
rudi.kurniawan@dsn.dinus.ac.id, almirasanti@dsn.dinus.ac.id

ABSTRACT.

This study aims to examine the influence of risk perception, overconfidence, and social media on students' investment decisions, with financial literacy as a mediating variable. Using a quantitative explanatory method, primary data were collected through a courage questionnaire from students who have experience or basic knowledge of investing. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was used for analysis. The results showed that risk perception, overconfidence, and social media had a positive and significant impact on students' investment decisions. Financial literacy was also shown to have a positive and significant influence on investment decisions and was able to mediate the influence of the three variables. These findings reinforce the importance of financial literacy in helping students manage behavioral biases and filter digital information, thus enabling more rational and targeted investment decision-making. This research contributes to the development of behavioral finance studies in the context of student investment behavior in the digital era.

Keywords: *Financial literacy, Investment Decision, Risk Perception, Overconfidence, Social Media*

ABSTRAK.

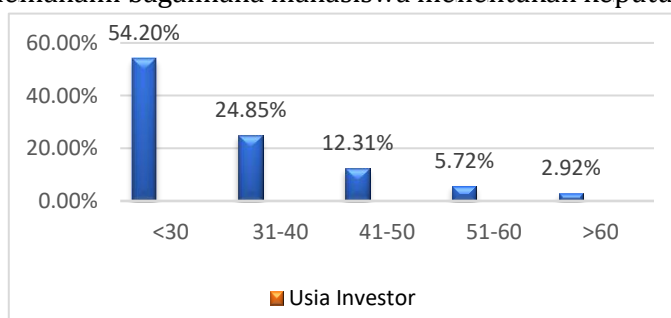
Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi risiko, *overconfidence*, dan media sosial terhadap keputusan investasi mahasiswa dengan *financial literacy* sebagai variabel mediasi. Menggunakan metode kuantitatif eksplanatori, data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring dari mahasiswa yang memiliki pengalaman atau pengetahuan dasar tentang investasi. Pemodelan Persamaan *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (PLS-SEM) digunakan untuk analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko, *overconfidence*, dan media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. *Financial literacy* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi serta mampu memediasi pengaruh ketiga variabel tersebut. Temuan ini memperkuat pentingnya literasi keuangan dalam membantu mahasiswa mengelola bias perilaku dan menyaring informasi digital, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional dan tepat sasaran. Penelitian ini kontribusi pada pengembangan studi *behavioral finance* dalam konteks perilaku investasi mahasiswa di era digital.

Kata kunci: *Financia Illiteracy, Keputusan Investasi, Persepsi Risiko, Overconfidence, Sosial Media*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi digital mengubah cara generasi muda mengakses informasi dan melakukan aktivitas keuangan. Melalui berbagai aplikasi dan platform digital, mahasiswa dapat mempelajari instrumen investasi, melakukan transaksi serta memantau portofolio secara *real-time* sehingga mendorong peningkatan partisipasi mereka di pasar modal (Wahyuni & Andreana, 2025). Kemudahan akses tersebut didukung oleh hadirnya berbagai instrumen investasi, seperti *kripto*, reksa dana, dan saham yang memungkinkan mahasiswa mulai berinvestasi sejak awal. Reksa dana menjadi salah satu instrumen yang diminati karena kemudahan aksesibilitasnya, pengelolaan secara profesional serta risiko yang relatif lebih rendah dibandingkan investasi langsung di pasar modal (Maisaroh et al., 2025). Selain itu, (Mahyuda et al., 2021) menyatakan bahwa reksa dana berperan dalam meningkatkan jumlah investor di Indonesia melalui pengelolaan yang efisien dan risiko yang moderat.

Meningkatnya minat investasi mahasiswa menunjukkan pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi. Investasi merupakan penempatan sebagian dana untuk memperoleh imbal hasil di masa mendatang (Ayu et al., 2021), serta berfungsi melindungi nilai uang dari inflasi (Kusumahadi & Utami, 2022). Dalam praktiknya, pengambilan keputusan investasi memerlukan kemampuan dalam menganalisis persepsi risiko, menetapkan sasaran keuangan, dan memilih instrumen yang cocok dengan profil risiko individu, sehingga penting untuk memahami bagaimana mahasiswa menentukan keputusan investasinya.



Sumber : KSEI (2025)

Gambar 1. Persentase Investor Berdasarkan Usia di Indonesia 2025

Dari Gambar 1, jumlah investor di Indonesia hingga September 2025 mencapai sekitar 18,6 juta orang, dengan 54,20% di antaranya di bawah 30 tahun. Dominasi generasi muda ini menunjukkan bahwa mahasiswa berada pada fase awal pembentukan perilaku keuangan dan keputusan investasi jangka panjang.

Keputusan investasi adalah proses menyalurkan dana ke instrumen keuangan tertentu untuk mendapatkan keuntungan di kemudian hari (Sitinjak et al., 2021). Bagi

mahasiswa, keputusan ini tidak hanya terkait pemilihan instrumen, tetapi juga kemampuan menilai risiko dan potensi imbal hasil. Namun, penelitian (Shunmugasundaram & Sinha, 2025) menunjukkan bahwa keputusan investasi sering kali tidak sepenuhnya rasional karena dipengaruhi bias perilaku seperti emosi dan cara individu mengolah informasi pasar, sehingga berdampak pada kualitas keputusan yang diambil.

Persepsi risiko merupakan penilaian individu terhadap tingkat ketidakpastian dan potensi kerugian dalam keputusan investasi. Kesadaran tersebut terbentuk dari evaluasi antara kemungkinan risiko dan ekspektasi hasil yang diharapkan (Fadila et al., 2022). Investor yang mampu mengenali, menilai dan mengelola risiko cenderung mengambil keputusan lebih rasional, sedangkan keterbatasan pemahaman dapat menghasilkan pilihan yang kurang optimal (Adil et al., 2025). (Nurjaman et al., 2025) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, di mana semakin tinggi toleransi, semakin besar kecenderungan memilih instrumen berisiko tinggi. Namun, (Pradipta & Yuniningsih, 2024) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu signifikan pada mahasiswa.

Overconfidence merupakan bias psikologis yang muncul ketika investor menilai kemampuan dan pengetahuannya lebih tinggi dari kenyataan (Fikri et al., 2022). Investor dengan tingkat kepercayaan berlebihan cenderung melebih-lebihkan keakuratan penilaiannya (Mongrut et al., 2025), serta mengabaikan informasi penting karena data yang dimiliki sudah memadai (Kumar & Chaurasia, 2025). Pada mahasiswa, *overconfidence* sering terjadi karena minimnya pengalaman sehingga keputusan bersifat *impulsif* (Yulistiyani et al., 2023). Hasil penelitian (Rona & Sinarwati, 2021) mengindikasikan bahwa *overconfidence* berkontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Namun, *overconfidence* juga dapat berkontribusi negatif karena mendorong keputusan kurang matang dan meningkatkan risiko kesalahan investasi (Mandiri & Sriwidharmanely, 2024). Oleh karena itu, selain faktor psikologis, lingkungan digital seperti media sosial juga perlu diperhatikan dalam memahami terbentuknya keputusan investasi mahasiswa.

Di sisi lain, media sosial turut berperan sebagai sumber informasi utama bagi mahasiswa dalam memperoleh edukasi dan rekomendasi investasi. Platform seperti YouTube, Instagram dan TikTok menyediakan konten edukatif, ulasan dan rekomendasi yang disampaikan oleh *influencer* sehingga mendorong mahasiswa untuk mulai berinvestasi (Rais et al., 2023), serta menciptakan ruang diskusi yang lebih interaktif dibandingkan sumber informasi konvensional (W & Wafiroh, 2022). Penelitian menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi signifikan terhadap keputusan investasi, karena menyediakan informasi, opini serta perkembangan pasar dengan cepat. Di sisi lain (Azizah et al., 2024) berpendapat bahwa media sosial tidak memengaruhi keputusan investasi.

Meskipun akses terhadap produk keuangan semakin luas, tingkat pemahaman masyarakat belum sepenuhnya sejalan dengan peningkatan inklusi keuangan. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025, tingkat literasi keuangan sebesar 66,46%, sedangkan inklusi keuangan mencapai 80,51%. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman yang memadai. *Financial literacy* merupakan kemampuan individu dalam memahami serta mengelola informasi keuangan guna membuat keputusan yang rasional dan efektif (Banna, 2025). *Financial literacy* berperan penting dalam membantu individu menilai risiko, menyaring informasi, serta mengambil keputusan investasi secara lebih rasional.

Sejumlah penelitian telah mengkaji pengaruh persepsi risiko, *overconfidence*, dan media sosial terhadap keputusan investasi. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih menempatkan variabel-variabel tersebut secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah penelitian dengan memposisikan *financial literacy* sebagai variabel mediasi untuk menjelaskan bagaimana persepsi risiko, *overconfidence*, dan media sosial memengaruhi keputusan investasi mahasiswa secara lebih komprehensif.

TINJAUAN LITERATUR

Behavioral Finance Theory

Behavioral finance theory menjelaskan bahwa pengambilan keputusan keuangan tidak sepenuhnya rasional, karena dipengaruhi oleh cara individu memperoleh dan mengelola informasi serta psikologis yang menyertainya (Leiwakabessy et al., 2021). (Hidayah, 2024) menegaskan bahwa perilaku finansial terbentuk dari interaksi faktor psikologis, sosial, dan ekonomi yang saling berkaitan. Dalam konteks investasi, teori ini menerangkan munculnya berbagai bias seperti persepsi risiko, *overconfidence*, dan pengaruh media sosial yang dapat mengarahkan individu pada keputusan yang tidak sepenuhnya objektif. Penelitian (Agarwal et al., 2025) menunjukkan bahwa *financial literacy* berperan penting dalam meminimalkan bias perilaku tersebut, sebab pengetahuan finansial yang memadai membantu individu menilai risiko secara lebih rasional serta meningkatkan kualitas keputusan investasi.

Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan proses pengalokasian dana atau aset saat ini, dengan tujuan memperoleh keuntungan di kemudian hari, dengan tetap mempertimbangkan risiko yang mungkin terjadi (Triana & Yudiantoro, 2022). Pemahaman terhadap risiko menjadi aspek penting agar keputusan yang diambil tidak menimbulkan hasil yang kurang optimal (Ahiadu et al., 2025). Selain mempertimbangkan potensi peningkatan nilai ekonomis, keputusan investasi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang membentuk perilaku individu dalam memilih instrumen investasi (Landang et al., 2021). (Nurhayati & Harianti, 2023) menyatakan bahwa indikator keputusan investasi meliputi tingkat pengetahuan dan pengalaman

investasi, pengembalian yang diharapkan, tingkat risiko yang diinginkan, dan kesadaran terhadap situasi ekonomi.

Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan cara individu menilai potensi ketidakpastian atau kerugian pada suatu instrumen investasi, di mana selain mempertimbangkan peluang keuntungan, investor juga perlu memahami risiko yang menyertainya (Safitri et al., 2025). Menurut (Sukma et al., 2022), persepsi risiko muncul karena adanya kondisi yang tidak pasti sehingga memicu pemikiran negatif yang berpotensi merugikan individu. (Oktaviana et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki dua dimensi utama, yaitu unsur ketidakpastian dan dampak dana yang mungkin ditimbulkan, serta dapat memengaruhi perilaku sekalipun risiko tersebut belum benar-benar terjadi. Selain itu, (Hana et al., 2024) menjelaskan bahwa persepsi risiko membantu individu mempersiapkan diri menghadapi situasi yang tidak pasti akibat keterbatasan pengetahuan mengenai peluang kerugian maupun keuntungan. (Lestari et al., 2024) menyatakan bahwa indikator persepsi risiko meliputi risiko tinggi, kerugian, ketidakpastian pemenuhan kebutuhan, dan keputusan investasi yang berisiko.

Overconfidence

Overconfidence merupakan kondisi ketika seseorang memiliki tingkat kepercayaan diri yang berlebihan, yaitu ketika keyakinan atau pandangan pribadi lebih mendominasi dalam menilai kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki (Yanti & Triono, 2024). Dalam konteks investasi, investor yang memiliki sifat *overconfidence* cenderung yakin bahwa kemampuan dan keahlian mereka lebih unggul daripada orang lain (Nurchayati & Perkasa, 2024). Kondisi ini menyebabkan penilaian yang terlalu optimis terhadap kemampuan pribadi dalam menilai peluang investasi sekaligus mengabaikan risiko yang berpotensi terjadi. Dampaknya, investor berpotensi melakukan transaksi secara berlebihan atau *overtrading* karena keputusan diambil berdasarkan keyakinan subjektif yang tinggi tanpa mempertimbangkan indikator risiko secara memadai (Aristiwati & Hidayatullah, 2021). Menurut (Slamet et al., 2025), indikator *overconfidence* mencakup ketepatan pilihan, kepercayaan pada kemampuan sendiri, kepercayaan pada pengetahuan sendiri, serta keyakinan yang kuat pada pilihan investasi yang telah mereka buat.

Sosial Media

Sosial media adalah layanan berbasis internet yang memungkinkan seseorang untuk berbagi informasi, berinteraksi serta membangun komunikasi dengan cepat tanpa batasan ruang serta waktu. Sarana ini juga berfungsi sebagai media digital berbasis internet yang memberikan kemudahan bagi penggunaannya dalam menjalankan berbagai aktivitas komunikasi maupun interaksi secara virtual (Syafitri & Suropto, 2023). Kemudahan dalam memperoleh informasi menjadikan sosial media sebagai salah satu sumber rujukan penting bagi investor dalam mempertimbangkan keputusan investasinya, karena berbagai opini, rekomendasi serta informasi pasar dapat diakses

secara cepat dan aktual (Sani & Paramita, 2024). Menurut (Marosa & Primadesi, 2024), indikator sosial media terdiri dari *context, communication, collaboration and connection*. *Financial Literacy*

Financial literacy merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi berdasarkan pengetahuan yang dimiliki, sehingga berpengaruh terhadap perilaku serta pengambilan keputusan finansialnya (Claudia et al., 2025). *Financial literacy* mencakup aspek kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang berperan penting dalam mencapai kesejahteraan finansial (Berlinger & Barbara, 2025). *Financial literacy* juga membantu membuat keputusan investasi yang lebih akurat dan terarah (Ghosh, 2025). Walaupun akses terhadap layanan keuangan semakin meluas, pemanfaatan layanan belum sepenuhnya optimal sehingga *financial literacy* tetap menjadi faktor penting bagi kualitas keputusan investasi. Menurut (Gustika & Yaspita, 2021), indikator *financial literacy* meliputi *income, money management, spending & credit, saving & investing*.

Hubungan antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Persepsi Risiko (X_1) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Persepsi risiko merupakan faktor dalam proses pengambilan keputusan investasi, yang menggambarkan bagaimana seseorang mengevaluasi tingkat ketidakpastian serta potensi kerugian yang dapat muncul dari pilihan investasi. Tingkat persepsi risiko yang dimiliki seseorang akan memengaruhi cara individu memproses informasi dan menentukan tindakan investasinya yang sesuai dengan *behavioral finance theory*. Semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki seseorang, semakin berhati-hati mereka dalam menentukan pilihan investasinya (Putri & Santoso, 2024). Penelitian (Hidayat et al., 2023) dan (Badriatin et al., 2022) mengindikasikan persepsi risiko menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

H_1 : Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi

Pengaruh *Overconfidence* (X_2) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Overconfidence merupakan salah satu bias kognitif yang memengaruhi pengambilan keputusan investasi, di mana individu cenderung melebihkan kemampuan serta ketepatan analisis yang dimilikinya. Dalam perspektif *behavioral finance theory*, bias ini menunjukkan bahwa keputusan investasi tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh keyakinan subjektif investor terhadap kemampuan dirinya. Individu yang memiliki tingkat *overconfidence* tinggi cenderung meyakini bahwa interpretasi informasi dan prediksi yang dibuat sudah akurat (Aristiwati & Hidayatullah, 2021), sehingga lebih mengandalkan penilaian pribadi dibandingkan pertimbangan objektif. Kondisi tersebut dapat meningkatkan keberanian dalam mengambil risiko dan mendorong individu untuk tetap yakin terhadap keputusan investasi yang dipilih. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian (Yuwana et al., 2025)

menunjukkan bahwa *overconfidence* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi.

H₂ : *Overconfidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Pengaruh Sosial Media (X₃) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Dalam perspektif *behavioral finance theory*, keputusan investasi dipengaruhi tidak hanya oleh analisis rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan lingkungan sosial. Sosial media menjadi salah satu sumber informasi utama bagi mahasiswa dalam memperoleh wawasan terkait keuangan dan investasi, di mana paparan opini, rekomendasi, serta tren yang berkembang dapat membentuk persepsi dan preferensi individu terhadap suatu instrumen investasi. Arus informasi yang masif dan pengaruh sosial di dalamnya berpotensi menimbulkan efek *herd behavior*, yaitu kecenderungan mengikuti keputusan mayoritas tanpa analisis mendalam. Semakin tinggi pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi keuangan, semakin besar kecenderungan individu dalam menentukan pilihan investasinya berdasarkan informasi yang diterima. Sejalan dengan hal tersebut, temuan (Ar et al., 2025) mengindikasikan bahwa media sosial berkontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

H₃ : Sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Pengaruh Persepsi Risiko (X₁) terhadap *Financial literacy* (Z)

Dalam perspektif *behavioral finance theory*, persepsi risiko mencerminkan bagaimana individu memproses ketidakpastian dan potensi kerugian dalam pengambilan keputusan keuangan, yang pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor kognitif dan psikologis. Individu dengan tingkat persepsi risiko yang tinggi cenderung menunjukkan kehati-hatian yang lebih besar serta terdorong untuk mengurangi ketidakpastian melalui peningkatan pemahaman keuangan. Secara teoritis, kesadaran terhadap risiko memicu kebutuhan untuk mencari informasi, memperdalam pengetahuan, dan mengevaluasi alternatif investasi secara lebih sistematis sebagai bentuk pengendalian terhadap potensi kerugian. Dengan demikian, persepsi risiko dapat menjadi stimulus kognitif yang mendorong peningkatan *financial literacy*. Sejalan dengan hal tersebut, hasil penelitian (Marpaung et al., 2025) dan (Helmalianika & Siregar, 2025) mengindikasikan bahwa persepsi risiko memberikan dampak positif dan signifikan terhadap *financial literacy*, karena individu yang lebih peka terhadap risiko cenderung lebih aktif dalam meningkatkan pengetahuannya.

H₄ : Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy*. Pengaruh *Overconfidence* (X₂) terhadap *Financial literacy* (Z)

Overconfidence merupakan bias kognitif yang menyebabkan individu melebihkan kemampuan dan tingkat pemahamannya dalam mengambil keputusan keuangan. Individu dengan tingkat *overconfidence* yang tinggi cenderung merasa lebih kompeten dibandingkan kondisi sebenarnya (Yanti & Triono, 2024), sehingga lebih aktif terlibat dalam aktivitas finansial dan pengambilan keputusan investasi. Dalam perspektif *behavioral finance theory*, keterlibatan yang tinggi tersebut dapat mendorong individu

untuk mencari informasi tambahan, memperdalam pemahaman, dan meningkatkan pengetahuan guna mendukung keyakinan yang dimilikinya. Dengan demikian, meskipun *overconfidence* merupakan bias, dalam konteks tertentu ia dapat memicu peningkatan *financial literacy* melalui proses pembelajaran dan pengalaman yang lebih intens. Penelitian (Dian et al., 2026) menunjukkan bahwa *overconfidence* pengaruh positif dan signifikan, di mana individu dengan tingkat kepercayaan diri tinggi cenderung lebih terdorong untuk meningkatkan pengetahuan finansialnya.

H₅ : *Overconfidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* Sosial Media (X₃) terhadap *Financial literacy* (Z)

Proses pengambilan keputusan keuangan dipengaruhi oleh lingkungan informasi dan interaksi sosial yang membentuk persepsi serta pemahaman individu. Dalam perspektif *behavioral finance theory*, lingkungan sosial dan arus informasi dapat memengaruhi cara individu memproses serta memahami informasi keuangan. Sosial media tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memengaruhi cara individu mengevaluasi dan memahami informasi keuangan. Paparan konten edukatif, opini, serta pengalaman investasi yang dibagikan secara daring dapat mendorong proses pembelajaran informal dan meningkatkan pengetahuan finansial mahasiswa. Semakin tinggi intensitas akses terhadap informasi keuangan yang relevan, semakin besar peluang individu untuk memperluas pemahamannya mengenai konsep risiko, imbal hasil, dan strategi investasi. Sejalan dengan hal tersebut, (Tsani et al., 2025), menyatakan bahwa media sosial berkontribusi positif signifikan terhadap peningkatan literasi keuangan generasi muda, sehingga intensitas penggunaan media sosial berkorelasi positif dengan tingkat pemahaman keuangan mahasiswa

H₆ : Sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* *Financial literacy* (Z) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Keputusan investasi tidak selalu didasarkan pada rasionalitas sempurna karena sering dipengaruhi oleh bias kognitif dan faktor emosional. Dalam perspektif *behavioral finance theory*, keputusan keuangan dipengaruhi oleh faktor psikologis serta keterbatasan kemampuan individu dalam memproses informasi. Oleh karena itu, *financial literacy* berperan sebagai kapasitas kognitif yang membantu individu memahami, mengelola, dan mengevaluasi informasi keuangan secara lebih sistematis dan objektif. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu menilai risiko dan potensi imbal hasil secara proporsional, memilih instrumen sesuai dengan profil risikonya, serta meminimalkan pengaruh bias perilaku dalam proses pengambilan keputusan (Sulistyowati et al., 2022). Secara teoritis, peningkatan literasi keuangan akan memperkuat kemampuan analitis individu sehingga keputusan investasi yang diambil menjadi lebih rasional dan terukur. Sejalan dengan hal tersebut, temuan (Angela et al., 2025), (Ramadani et al., 2022) dan (Aulia et al., 2024), mengindikasikan

bahwa *financial literacy* memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

H₇ : *Financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi
Financial literacy (Z) Memediasi Persepsi Risiko (X₁) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Dalam perspektif *behavioral finance theory*, persepsi risiko memengaruhi cara individu merespons ketidakpastian dan potensi kerugian dalam aktivitas investasi. Namun, respons tersebut tidak selalu menghasilkan keputusan yang rasional apabila individu memiliki keterbatasan pemahaman keuangan. *Financial literacy* berperan sebagai mekanisme kognitif yang menjembatani hubungan tersebut dengan membantu individu mengolah informasi risiko dan imbal hasil secara lebih objektif serta sistematis (Sellinai et al., 2025). Kesadaran terhadap risiko mendorong individu untuk mencari informasi dan meningkatkan pemahaman finansial, yang selanjutnya memperkuat kualitas pengambilan keputusan investasi. Dengan literasi keuangan yang memadai, persepsi risiko tidak hanya memicu kehati-hatian, tetapi juga diarahkan menjadi keputusan yang lebih terukur sesuai profil risiko masing-masing individu. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian (Helmalianika & Siregar, 2025) dan (Marpaung et al., 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan memediasi secara positif hubungan antara persepsi risiko dan keputusan investasi, sehingga peningkatan pemahaman keuangan berkontribusi pada kualitas dan ketepatan keputusan investasi.

H₈ : *Financial literacy* memediasi persepsi risiko terhadap keputusan investasi

Financial literacy (Z) Memediasi *Overconfidence* (X₂) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Overconfidence merupakan bias kognitif yang menyebabkan individu melebihkan kemampuan dan ketepatan penilaiannya dalam mengambil keputusan investasi (Widiastuti et al., 2024). Dalam perspektif *behavioral finance theory*, bias perilaku seperti *overconfidence* dapat memengaruhi keputusan keuangan karena individu cenderung lebih mengandalkan keyakinan pribadi dibandingkan analisis yang objektif. Kondisi ini berpotensi mendorong pengambilan keputusan yang kurang rasional apabila tidak didukung oleh pemahaman keuangan yang memadai. Oleh karena itu, *financial literacy* berperan sebagai mekanisme kognitif yang dapat membantu individu mengevaluasi informasi, risiko, serta peluang investasi secara lebih rasional dan terstruktur (Azzahra & Radiman, 2025). *Financial literacy* memungkinkan rasa percaya diri diarahkan menjadi keputusan yang lebih terukur dan rasional, bukan sekadar berdasarkan keyakinan subjektif. Hasil penelitian (Dinarjito, 2023) dan (Anggriani et al., 2025) mengindikasikan literasi keuangan memediasi pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi, di mana pemahaman keuangan yang memadai membantu mengarahkan rasa percaya diri individu ke dalam keputusan investasi yang lebih terukur dan berkualitas.

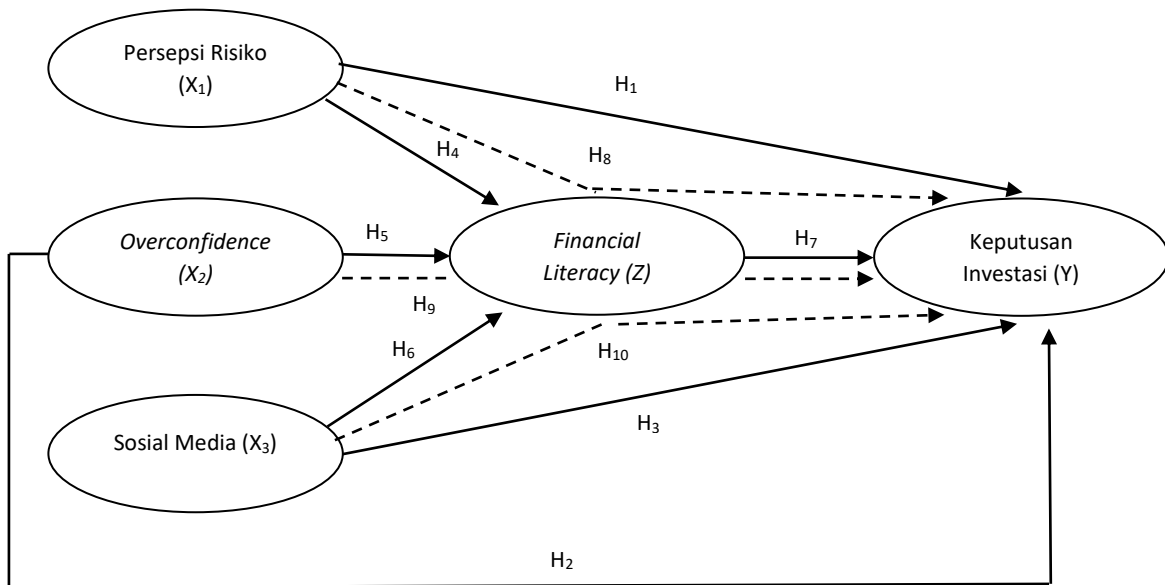
H₉ : *Financial literacy* memediasi *overconfidence* terhadap keputusan investasi

Financial literacy (Z) Memediasi Sosial Media (X₃) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, tetapi juga oleh lingkungan informasi dan pengaruh sosial. Dalam perspektif *behavioral finance theory*, lingkungan sosial dan arus informasi dapat memengaruhi cara individu memproses informasi keuangan serta membentuk preferensi dalam pengambilan keputusan investasi. Sosial media menghadirkan arus informasi yang masif, opini publik, serta rekomendasi investasi yang dapat membentuk persepsi individu terhadap suatu instrumen investasi. Namun, informasi yang beredar tidak selalu akurat maupun rasional sehingga berpotensi memicu keputusan yang bersifat impulsif atau mengikuti tren. Oleh karena itu, *financial literacy* berperan sebagai mekanisme kognitif yang menjembatani pengaruh tersebut dengan membantu individu menyaring, mengevaluasi, serta menilai risiko dari informasi yang diperoleh sebelum mengambil keputusan investasi. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih kritis dalam memproses informasi digital sehingga tidak mudah terpengaruh oleh bias sosial atau *herd behavior*. Dengan demikian, pengaruh sosial media terhadap keputusan investasi dapat diarahkan menjadi lebih rasional melalui peningkatan literasi keuangan. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian (Ramadhani & Wibisono, 2025) mengindikasikan literasi keuangan secara signifikan memediasi hubungan antara paparan informasi digital dan keputusan investasi.

H10 : *Financial literacy* memediasi sosial media terhadap keputusan investasi mahasiswa

Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

H₁ : Persepsi Risiko berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Investasi

- H₂ : *Overconfidence* berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Investasi
 H₃ : Sosial Media berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Investasi
 H₄ : Persepsi Risiko berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap *Financial literacy*
 H₅ : *Overconfidence* berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap *Financial literacy*
 H₆ : Sosial Media berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap *Financial literacy*
 H₇ : *Financial literacy* berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Investasi
 H₈ : *Financial literacy* memediasi Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi
 H₉ : *Financial literacy* memediasi *Overconfidence* Terhadap Keputusan Investasi
 H₁₀ : *Financial literacy* memediasi Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis eksplanatori untuk menguji pengaruh persepsi risiko, *overconfidence*, dan sosial media terhadap keputusan investasi mahasiswa dengan *financial literacy* sebagai variabel mediasi. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online menggunakan google form dengan skala likert lima poin berdasarkan indikator masing-masing variabel. Populasi penelitian adalah mahasiswa yang memiliki pengalaman atau pengetahuan dasar investasi. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow sehingga diperoleh 205 responden dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* melalui SmartPLS, yang meliputi pengujian outer model, inner model, serta uji signifikansi dan mediasi menggunakan teknik *bootstrapping* dengan kriteria T-statistic > 1,96 dan P-value < 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil dari penelitian deskriptif responden dapat terlihat dari jenis kelamin,usia, status pekerjaan, tingkat semester, pendapatan, jenis investasi dan sumber media, yaitu:

Table1. Analisis Deskriptif Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki Laki	58	28,5%
	Perempuan	147	71,5%
	Total	205	100%
Usia	< 20 Tahun	9	4,4%
	20 – 25 Tahun	195	95,1%
	>25 Tahun	1	0,5%
	Total	205	100%

Universitas	Universitas Dian Nuswantoro	153	74,63%
	Politeknik Negeri Semarang	1	0,49%
	STIKes RSPAD Gatot Soebroto	4	1,95%
	STIKes Widya Darma Husada	1	0,49%
	STIKES Pelita Ilmu Depok	1	0,49%
	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	1	0,49%
	UIN Walisongo Semarang	3	1,46%
	Universitas Muhammadiyah Surakarta	1	0,49%
	Universitas Sebelas Maret	2	0,98%
	Universitas Semarang	8	3,90%
	Universitas Diponegoro	2	0,98%
	Universitas Sultan Agung Semarang	3	1,46%
	Universitas Bina Sarana Informatika	2	0,98%
	Universitas Bosowa Univesitas Muhammadiyah Kudus	1	0,49%
		2	0,98%
	Universitas Terbuka Univesitas Negeri Semarang	1	0,49%
		2	0,98%
	Univesiras An Nuur Purwodadi	16	7,80%
	Universitas Ivet Semarang	1	0,49%
	Total		

		205	100%
Tingkat Semester	Semester 1 - 2	18	8,8%
	Semester 3 - 4	35	17,1%
	Semester 5 - 6	20	9,8%
	Semester 7 Ke Atas	132	64,4%
	Total	205	100%
Pendapatan	Orang Tua / Wali	143	69,8%
	Beasiswa	26	12,7%
	Kerja Paruh Waktu / Freelance	35	17,1%
	Lainnya	1	0,5%
	Total	205	100%
Jenis Investasi	Emas	124	60,5%
	Saham	109	53,2%
	Reksa Dana	81	39,5%
	Kripto	81	39,5%
	Deposito	56	27,3%
	Lainnya	6	2,9%
Sumber Media	Media Sosial	107	52,20%
	Website	53	25,85%
	Webinar	44	21,46%
	Lainnya	1	0,49%
	Total	205	100%

(Sumber : Olah Data 2025)

AnalisisOuter Model

Tabel 2. Outer Loading

	<i>Financial literacy</i>	Keputusan Investasi	Persepsi Risiko	<i>Overconfidence</i>	Sosial Media
FL1	0.771				
FL2	0.843				
FL3	0.811				
FL4	0.791				
KI1		0.800			
KI2		0.712			

KI3	0.742
KI4	0.740
O1	0.814
O2	0.763
O3	0.755
O4	0.833
PR1	0.757
PR2	0.757
PR3	0.728
PR4	0.772
SM1	0.832
SM2	0.777
SM3	0.799
SM4	0.737

(Sumber : Olah Data 2025)

Validitas konvergen dalam pengujian outer model dievaluasi melalui nilai outer loading $\geq 0,70$. Hasil pada Tabel 2, seluruh indikator memenuhi kriteria tersebut, sehingga validitas konvergen dinyatakan terpenuhi dan data siap digunakan dalam tahap analisis berikutnya.

Tabel 3. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Ketentuan	Keterangan
<i>Financial literacy</i> (Z)	0.647	$\geq 0,50$	Valid
Keputusan Investasi (Y)	0.561	$\geq 0,50$	Valid
Persepsi Risiko (X1)	0.568	$\geq 0,50$	Valid
<i>Overconfidence</i> (X2)	0.627	$\geq 0,50$	Valid
Sosial Media (X3)	0.619	$\geq 0,50$	Valid

(Sumber : Olah Data 2025)

AVE diterapkan sebagai indikator penilaian validitas konvergen, dengan batas minimal nilai AVE $\geq 0,50$. Hasil pengujian membuktikan, seluruh konstruk memiliki nilai AVE $\geq 0,50$, sehingga seluruh variabel dianggap valid secara konvergen dan layak untuk

dianalisis lebih lanjut.

Validitas Diskriminan

Tabel 4. Validitas Diskriminan

	<i>Financial literacy</i>	Keputusan Investasi	<i>Overconfidence</i>	Persepsi Risiko	Sosial Media
FL1	0.771	0.567	0.609	0.561	0.600
FL2	0.843	0.615	0.665	0.546	0.670
FL3	0.811	0.588	0.579	0.558	0.596
FL4	0.791	0.618	0.568	0.617	0.572
KI1	0.626	0.800	0.588	0.510	0.505
KI2	0.511	0.712	0.476	0.437	0.434
KI3	0.566	0.742	0.583	0.461	0.540
KI4	0.515	0.740	0.498	0.520	0.593
O1	0.590	0.541	0.814	0.454	0.574
O2	0.566	0.556	0.763	0.566	0.524
O3	0.543	0.518	0.755	0.467	0.537
O4	0.675	0.648	0.833	0.575	0.564
PR1	0.508	0.475	0.468	0.757	0.406
PR2	0.552	0.482	0.497	0.757	0.386
PR3	0.518	0.468	0.547	0.728	0.436
PR4	0.557	0.517	0.461	0.772	0.434
SM1	0.651	0.601	0.561	0.474	0.832
SM2	0.559	0.490	0.569	0.418	0.777
SM3	0.608	0.584	0.562	0.422	0.799
SM4	0.562	0.495	0.560	0.416	0.737

(Sumber : Olah Data 2025)

Validitas diskriminan dievaluasi melalui nilai *cross loading*, dengan kriteria bahwa setiap indikator harus memiliki nilai tertinggi pada konstruk yang diukurinya. Dari hasil uji yang ada di Tabel 4, semua indikator menunjukkan nilai *cross loading* tertinggi pada konstruk asalnya serta mencapai nilai $\geq 0,70$, sehingga dapat dianggap bahwa

kriteria validitas diskriminan telah terpenuhi.

Tabel 5. Fornell-Larcker Criterion

	FL (Z)	KI (Y)	O (X1)	PR (X2)	SM (X3)
FL (Z)	0.805				
KI (Y)	0.746	0.748			
O (X2)	0.709	0.660	0.786		
PR (X1)	0.748	0.730	0.648	0.754	
SM (X3)	0.758	0.726	0.711	0.551	0.787

(Sumber : Olah Data 2025)

Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dengan membandingkan akar kuadrat AVE tiap konstruk terhadap korelasinya. Hasil pada Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi, sehingga variabel memenuhi kriteria validitas diskriminan dan siap dianalisis lebih lanjut

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan menilai konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$, yang menandakan bahwa hasil pengukuran yang stabil.

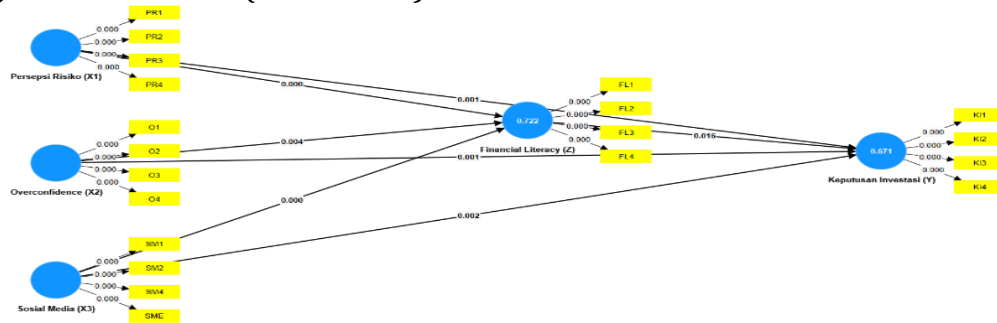
Tabel 6. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
FL	0.818	0.880	Reliabel
KI	0.739	0.836	Reliabel
O	0.804	0.871	Reliabel
PR	0.747	0.840	Reliabel
SM	0.794	0.866	Reliabel

(Sumber : Olah Data 2025)

Dari hasil pada Tabel 6, semua variabel penelitian mempunyai nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$. Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa semua konstruk sudah memenuhi kriteria reliabilitas dan sesuai digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Model Struktural (Inner Model)



Gambar 2. Pengukuran Inner Model

Berdasarkan Gambar 2, pengujian model struktural memperlihatkan bahwa seluruh hubungan antarvariabel memiliki nilai P-value < 0,05, sehingga setiap konstruk dalam model penelitian terbukti berdampak signifikan terhadap konstruk yang dituju.

R-Square

R-square (R^2) menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Secara umum, R^2 sebesar 0,75 dikategorikan kuat, 0,50 sedang, dan 0,25 lemah, sehingga indikator ini digunakan untuk menilai kekuatan model penelitian.

Tabel 7. R-Square and R-Square Adjusted

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>	Keterangan
<i>Financial literacy (Z)</i>	0.723	0.719	Sedang
Keputusan Investasi (Y)	0.640	0.632	Sedang

(Sumber : Olah Data 2025)

Hasil analisis pada Tabel 7, mengindikasikan bahwa nilai *R-square financial literacy (Z)* sebesar 0,723, menandakan bahwa 72,3% variasi literasi keuangan dapat dijelaskan oleh persepsi risiko, *overconfidence*, dan media sosial. Sementara itu, variabel keputusan investasi (Y) sebesar 0,640, menunjukkan bahwa 64% variasi keputusan investasi dipengaruhi oleh variabel dalam model penelitian. Hasil tersebut menandakan bahwa model yang digunakan memiliki kemampuan penjelasan yang baik.

Path Coefficient

Koefisien jalur diuji menggunakan *bootstrapping* untuk menentukan apakah hubungan antarvariabel signifikan, dengan kriteria T-statistic > 1,96 atau p-value <0,05.

Tabel 8. Path Coefficient

Variabel	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	p -value
Persepsi Risiko -> Keputusan Investasi	0.172	0.170	0.067	2.583	0.010
Overconfidence ->Keputusan Investasi	0.248	0.243	0.078	3.176	0.002
Sosial Media -> Keputusan Investasi	0.218	0.228	0.093	2.327	0.020
Persepsi Risiko -> Financial literacy	0.320	0.316	0.069	4.650	0.000
Overconfidence ->Financial literacy	0.261	0.249	0.088	2.971	0.003
Sosial Media -> Financial literacy	0.395	0.410	0.091	4.320	0.000
Financial literacy-> Keputusan Investasi	0.269	0.263	0.086	3.129	0.002

(Sumber : Olah Data 2025)

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi

Dari hasil penelitian, persepsi risiko menunjukkan koefisien jalur sebesar 0,199 dengan p-value 0,001 < 0,05, mengindikasikan positif dan signifikan terhadap keputusan

investasi. Mahasiswa yang memahami serta menilai risiko dengan tepat cenderung membuat keputusan investasi lebih berhati-hati dan terencana untuk meminimalkan kemungkinan kerugian yang tidak diinginkan. Sejalan dengan penelitian (Eilien & Pamungkas, 2022); (Hidayat et al., 2023); (Badriatin et al., 2022), menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko seseorang mahasiswa, semakin besar peluang individu membuat keputusan investasi yang rasional sesuai dengan risiko yang mereka pahami.

Pengaruh *Overconfidence* terhadap Keputusan Investasi

Dari hasil pengujian, variabel *overconfidence* memiliki koefisien jalur positif sebesar 0,244 dengan p-value $0,001 < 0,05$, mengindikasikan bahwa *overconfidence* berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Semakin tinggi kepercayaan diri mahasiswa, semakin berani mereka dalam menentukan keputusan investasi. Namun, tanpa dukungan pemahaman keuangan yang memadai, *overconfidence* dapat menghasilkan keputusan investasi yang kurang optimal. Demikian, literasi keuangan menjadi faktor penting dalam membantu mahasiswa mengelola kepercayaan diri mereka sehingga hasilnya lebih akurat dan keputusan investasi berkualitas. Selaras dengan penelitian (Yuwana et al., 2025) menunjukkan *overconfidence* memiliki dampak signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Sosial Media terhadap Keputusan Investasi

Dari hasil pengujian, media sosial memiliki koefisien jalur positif sebesar 0,289 dengan p-value $0,002 < 0,05$, sehingga terbukti berkontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini mengindikasikan, informasi serta pengalaman investasi yang diperoleh melalui media sosial turut memengaruhi minat serta keputusan mahasiswa dalam berinvestasi. Media sosial tidak hanya tempat untuk mencari referensi tetapi juga mendorong aktivitas investasi. Pada penelitian yang dipaparkan oleh (Ar et al., 2025), mengindikasikan bahwa meningkatnya intensitas penggunaan media sosial pada generasi Z diikuti oleh meningkatnya kecenderungan mereka untuk berinvestasi.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap *Financial Literacy*

Dari hasil pengujian, persepsi risiko memiliki koefisien jalur positif sebesar 0,324 dengan nilai p-value $0,000 < 0,05$, menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap *financial literacy*. Seseorang yang menyadari risiko investasi cenderung lebih termotivasi untuk meningkatkan pemahaman keuangan mereka sebelum membuat keputusan. Persepsi risiko yang baik membuat orang lebih berhati-hati dan lebih teliti dalam mempelajari cara mengelola risiko dan karakteristik instrumen investasi. Sejalan dengan penelitian (Marpaung et al., 2025) dan (Helmalianika & Siregar, 2025), mengindikasikan bahwa persepsi risiko berdampak positif dan signifikan terhadap literasi keuangan, karena seseorang yang lebih peka terhadap risiko cenderung lebih aktif dalam memahami konsep finansial, meningkatkan sikap kehati-hatian, serta memperkuat motivasi untuk mempelajari pengelolaan keuangan. Artinya, peningkatan persepsi risiko mendorong mahasiswa untuk lebih mengembangkan literasi keuangan.

Pengaruh *Overconfidence* terhadap *Financial Literacy*

Dari hasil pengujian, variabel *overconfidence* memiliki koefisien jalur positif sebesar 0,255 dengan nilai p-value $0,004 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan *overconfidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy*. Mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi cenderung lebih aktif dalam mencari, mempelajari dan memahami informasi keuangan. Orang-orang dengan kepercayaan diri yang kuat cenderung lebih antusias untuk mengeksplorasi pengetahuan tentang investasi dan hal-hal keuangan, yang pada akhirnya meningkatkan literasi keuangan mereka. Selaras dengan penelitian (Dian et al., 2026) yang menjelaskan, seseorang dengan kepercayaan diri tinggi memiliki dorongan yang lebih kuat untuk meningkatkan pengetahuan keuangan mereka, sehingga mampu mengambil keputusan yang lebih bijak.

Pengaruh Sosial Media terhadap *Financial Literacy*

Dari hasil penelitian, media sosial memiliki koefisien jalur positif sebesar 0,399 dengan nilai p-value $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan berkontribusi positif dan signifikan terhadap *financial literacy*. Hal ini menegaskan, media sosial berperan sebagai sumber informasi keuangan penting bagi mahasiswa. Paparan konten edukasi, diskusi investasi, serta informasi pasar melalui media sosial dapat meningkatkan pemahaman keuangan, meskipun tetap memerlukan kemampuan literasi untuk menyaring informasi secara kritis. Sejalan dengan penelitian (Tsani et al., 2025), mengindikasikan semakin sering mahasiswa mengakses media sosial, semakin tinggi pemahaman mereka mengenai keuangan.

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Keputusan Investasi

Dari hasil pengujian, variabel *financial literacy* memiliki koefisien jalur positif sebesar 0,203 dengan nilai p-value $0,016 < 0,05$, yang berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Dimana, seiring meningkatnya pengetahuan mahasiswa tentang keuangan, semakin rasional serta terencana pilihan investasi mereka. Pengetahuan mengenai risiko, peluang keuntungan, dan jenis produk investasi sangat membantu seseorang dalam memilih instrumen yang sesuai dengan kondisi keuangan serta tujuan mereka. Temuan ini mendukung penelitian (Aulia et al., 2024) dan (Ramadani et al., 2022), menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih baik mampu mendorong pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional dan efektif.

Uji Mediasi

Tabel 9. Indirect Effect

Variabel	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>p values</i>
Overconfidence -> <i>Financial literacy</i>	0.070	0.067	0.035	2.021	0.043

->Keputusan Investasi					
Persepsi Risiko	0.086	0.084	0.035	2.456	0.014
->Financial literacy					
->Keputusan Investasi					
Sosial Media	0.106	0.106	0.040	2.683	0.007
->Financial literacy					
->Keputusan Investasi					

(Sumber : Olah Data 2025)

Financial Literacy Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi

Dari hasil uji jalur Persepsi Risiko → *Financial literacy* → Keputusan Investasi, koefisien 0,086, dengan T-statistic 2,456 dan p-value 0,014, yang mengindikasikan dampak positif dan signifikan. Hal ini berarti literasi keuangan membantu mahasiswa, menilai risiko secara lebih objektif, sehingga persepsi risiko yang dimiliki dapat diimplementasikan menjadi keputusan investasi yang lebih rasional.

Financial Literacy Memediasi Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi

Dari hasil pengujian efek tidak langsung, *financial literacy* ternyata berperan sebagai media yang menghubungkan antara *overconfidence*, persepsi risiko, dan media sosial terhadap keputusan investasi. Jalur *Overconfidence* → *Financial literacy* → Keputusan Investasi memiliki koefisien sebesar 0,070 dengan nilai T-statistic 2,021 dan p-value 0,043. Hasil tersebut menandakan adanya efek mediasi positif dan signifikan. Artinya, kepercayaan diri yang tinggi dapat menghasilkan keputusan investasi lebih efektif apabila didukung oleh literasi keuangan yang memadai.

Financial Literacy Memediasi Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi

Dari hasil pengujian jalur Media Sosial → *Financial literacy* → Keputusan Investasi, koefisien 0,106 dengan nilai T-statistik 2,683 dan p-value 0,007, yang menunjukkan positif dan signifikan. Hal tersebut mengindikasikan literasi keuangan berperan penting dalam memperkuat pengaruh informasi terhadap mutu keputusan investasi. Maka dari itu, literasi keuangan terbukti efektif dalam menyaring informasi keuangan digital untuk mencegah keputusan investasi yang buruk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *financial literacy* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap keputusan investasi mahasiswa dibandingkan variabel lainnya. Hal ini menegaskan bahwa kemampuan memahami dan mengevaluasi informasi keuangan menjadi faktor utama dalam menentukan kualitas keputusan

investasi. Selain itu, *overconfidence* dan sosial media juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan, sedangkan persepsi risiko menunjukkan pengaruh paling rendah meskipun tetap signifikan.

Hasil uji mediasi mengindikasikan bahwa *financial literacy* mampu memediasi pengaruh persepsi risiko, *overconfidence*, dan sosial media terhadap keputusan investasi. Pengaruh tidak langsung terkuat berasal dari sosial media melalui *financial literacy*, yang menunjukkan bahwa informasi digital akan lebih efektif memengaruhi keputusan investasi ketika didukung oleh tingkat literasi keuangan yang memadai. Temuan ini memperkuat perspektif *Behavioral Finance Theory* bahwa keputusan investasi dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, serta kemampuan kognitif individu dalam mengelola informasi keuangan.

Berdasarkan hasil penelitian, persepsi risiko merupakan variabel dengan pengaruh paling rendah terhadap keputusan investasi dibandingkan variabel lainnya. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa dalam menilai dan mengelola risiko investasi secara lebih komprehensif melalui penguatan edukasi manajemen risiko, analisis profil risiko, serta strategi mitigasi kerugian. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti pengalaman investasi atau lingkungan sosial guna memperluas model penelitian dan meningkatkan daya generalisasi temuan, sehingga faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi dapat dianalisis secara lebih menyeluruh dan kontekstual.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, M., Singh, Y., & Ansari, M. S. (2025). *How financial literacy moderate the association between behaviour biases and investment decision?* 7(1), 17–30. <https://doi.org/10.1108/AJAR-09-2020-0086>
- Agarwal, A., Rao, N. V. M., & Nogueira, M. C. (2025). *Financially Savvy or Swayed by Biases? The Impact of Financial Literacy on Investment Decisions: A Study on Indian Retail Investors.* 1–22.
- Ahiadu, A. A., Abidoye, R. B., & Yiu, T. W. (2025). *Commercial property investment in Australia: how market fundamentals and investor behaviour shape decisions amid heightened uncertainty.* 43(4), 419–439. <https://doi.org/10.1108/JPIF-02-2025-0025>
- Angela, H., Siallagan, M., Puspitasari, D., & Oktavia, V. (2025). *Peran Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko dalam Mempengaruhi Keputusan Investasi Generasi Z.* 8(1), 707–720.
- Anggriani, Y., Azazi, A., Pebrianti, W., & Mustika, U. N. (2025). *PERAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI PADA GENERASI Z: UJI TERHADAP BIAS-BIAS PERILAKU.* 2, 1140–1156.
- Ar, K., Suharti, E., & Sulhendri, S. (2025). *Apakah Modal Minimum dan Media Sosial Berperan dalam Keputusan Investasi Generasi Z Kota Tangerang.* 6(3), 1603–1612.

- Aristiwati, I. N., & Hidayatullah, S. (2021). *PENGARUH HERDING DAN OVERCONFIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (Studi Pada Nasabah Emas Kantor Pegadaian Ungaran) Istiqomah Nur Aristiwati 1 , Suryakusuma Kholid Hidayatullah 2*. 14(1), 15–30.
- Aulia, S., Mustika, U. N., & Mustaruddin. (2024). *Peran mediasi literasi keuangan dalam keputusan investasi bagi Generasi Z : Pengujian bias-bias perilaku*. 4(3), 565–580.
- Ayu, I. G., Martha, D., & Suryanawa, I. K. (2021). *The Effect of Financial Literacy , Mental Accounting , and Risk Aversion o n Students ' Investment Decisions*. Idx.
- Azizah, A. N., Afifudin, & Nandiroh, U. (2024). *Pengaruh Risk Tolerance, Religiusitas, dan Social Media Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)*. 13(01), 481–489.
- Azzahra, K., & Radiman. (2025). *Pengaruh Herding Behaviour Dan Overconfidence Bias Terhadap Investment Decision Dengan Financial Literacy Sebagai Variabel Moderasi Di Kota Medan*. 4(2), 1078–1095.
- Badriatin, T., Rinandiyana, L. R., & Marino, W. S. (2022). *Persepsi Risiko dan Sikap Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa*. 20(2), 158–163.
- Banna, H. Al. (2025). *Preliminary research of P2P lending bankruptcy in emerging country : the role of financial literacy*. November. <https://doi.org/10.1108/JEBDE-12-2024-0055>
- Berlinger, E., & Barbara, D. (2025). *Financial literacy of finance students : a behavioral gender gap*. November. <https://doi.org/10.1108/IJEM-04-2024-0221>
- Claudia, R., Safitri, M., Pakarti, P., & Puspitasari, D. (2025). *PERILAKU KONSUMTIF DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO) Pengunjung E-commerce 2018-2024*. 5(3), 6701–6721.
- Dian, G., Ewanda, P., Kariza, C. I., & Zalviwan, M. (2026). *Pengaruh Overconfidence , Herding dan Loss Aversion terhadap Investment Decision dengan Financial Literacy sebagai Variabel Mediasi*. 6(6), 3025–3037.
- Dinarjito, A. (2023). *THE INFLUENCE OF FINANCIAL BEHAVIOR ON INVESTMENT DECISIONS WITH FINANCIAL LITERACY AS A MEDIATION VARIABLE : CASE STUDY IN PKN STAN*.
- Eilien, H. V., & Pamungkas, A. S. (2022). *Pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan toleransi risiko terhadap keputusan investasi pada saham*. 04(03), 767–776.
- Fadila, N., Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan , Financial Technology , Persepsi Risiko , dan Locus of Control Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda*. 6(April), 1633–1643.
- Fikri, R., Frima, R., & Rosalina, E. (2022). *Pengaruh Herding Factor dan Overconfidence terhadap Kualitas Pengambilan Keputusan Investasi Saham pada Generasi Z (Studi pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program Studi D-IV Akuntansi Politeknik Negeri Padang)*. 2(1), 39–45.

- Ghosh, S. K. (2025). *Impact of investors' demographic, behavior, attitudes and knowledge and skills on their risk tolerance levels in Bangladesh's emerging capital market. November*. <https://doi.org/10.1108/RAMJ-12-2024-0328>
- 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>
- Hana, A., Novida, I., Studi, P., Manajemen, S., Ekonomi, F., Teknologi, I., & Dahlan, A. (2024). *Analisis Pengaruh Sosial Media, Risk Perception dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal Pada Kalangan Milineal*. 13(1), 216–225.
- Helmalianika, E., & Siregar, Q. R. (2025). *Bursa : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Technology Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Dengan*. 4(2), 71–86.
- Hidayah, N. (2024). *THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, OVERCONFIDENCE, RISK TOLERANCE, AND RISK PERCEPTION ON INVESTMENT*. 08, 19–33.
- Hidayat, T., Oktaviano, B., & Baharuddin, R. (2023). *Keputusan investasi berdasarkan literasi keuangan, pengetahuan investasi dan persepsi risiko*. 4307(June), 441–452.
- Kumar, S., & Chaurasia, A. (2025). *The relationship between emotional biases and investment decisions: a meta-analysis*. 1(2), 171–185. <https://doi.org/10.1108/IIMTJM-03-2024-0034>
- Kusumahadi, T. A., & Utami, N. (2022). Teknologi Finansial, Literasi Keuangan, dan Keputusan Investasi Produk Reksa Dana di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(2), 177–186. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i2.4631>
- Landang, R., Widnyana, W., & Sukadana, I. (2021). *Jurnal EMAS*. 2, 51–70.
- Leiwakabessy, A., Patty, M., & Titioka, B. M. (2021). *FAKTOR PSIKOLOGIS INVESTOR MILLENNIAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM (Studi Empiris Pada Investor Millennial di Kota Ambon)*. 22(01), 494–505.
- Lestari, P., Saladin, H., & Oktariansyah. (2024). *Analisis Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Universitas PGRI Palembang)*. 23, 131–145.
- Mahyuda, I. S., Putri, F. R., & Putri, B. S. (2021). *Urgensi Reksadana sebagai Salah Satu Opsi Investasi untuk Meningkatkan Jumlah Investor di Indonesia*. 5, 11088–11093.
- Maisaroh, N., Adelia, V. A., & Fuadi, F. (2025). *Mutual Fund Investment: Investment Alternatives for Beginner Investors*. 06(01), 184–198.
- Mandiri, A. E., & Sriwidharmanely. (2024). *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*. 13(1).
- Marosa, H., & Primadesi, Y. (2024). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA INFORMASI ONLINE (STUDI KASUS*. 7, 11700–11707.
- Marpaung, I., Dasman, S., & Yahya, A. (n.d.). *(The Influence of Financial Behavior and Risk Perception on Investment Decisions with Financial*.
- Mongrut, S. A., Juarez, N., & Cruz, V. (2025). *Behavioral discount rates for entrepreneurs: the effect of overconfidence. November*. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-08-2024->

0267

- Nurchayati, S., & Perkasa, D. (2024). *PERAN ILLUSION OF CONTROL , LITERASI KEUANGAN DAN BIAS OVERCONFIDENCE DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN*. 17(2).
- Nurhayati, A., & Harianti, A. (2023). *Pengaruh literasi keuangan, pendapatan, dan gaya hidup terhadap keputusan berinvestasi generasi z kota dki jakarta*.
- Nurjaman, R. S. H., Sihabudin, & Fauji, R. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Preferensi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(3), 2314–2329. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEEPAY DI KOTA BEKASI*. 2, 2806–2822.
- Pradipta, I. M., & Yuniningsih. (2024). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 6(3), 1207–1215. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3679>
- Putri, I. H. A., & Santoso, A. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Investasi , Persepsi Risiko Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi*. 18(1), 34–46.
- Rais, M., Khairi, H., & Hidayat, F. (2023). *Pengaruh Teknologi Digital , Religiusitas , Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah Influence Of Digital Technology , Religiosity , And Social Media On The Decision Of Generation Z To Invest In Sharia Stocks*. 6(November), 342–355. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>
- Ramadani, A. G., Tubastuvi, N., Rachmawati, E., & Rahmawati, I. Y. (2022). *Pengaruh Financial Literacy , Financial Behavior dan Financial Experience Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial di Batam*. 08(01), 57–64.
- Ramadhani, A. R., & Wibisono, G. (2025). *Pengaruh Media Sosial dan*.
- Rona, I. W., & Sinarwati, N. K. (2021). *Pengaruh Herding Bias dan Overconfidence Bias terhadap Pengambilan Keputusan Investasi*. 4(2).
- Safitri, M., Oktavia, V., Risiko, P., Investasi, M., & Kunci, K. (2025). *Pengaruh Pengetahuan Investasi , Motivasi Investasi dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Cryptocurrency pada Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021-2022 Universitas Dian Nuswantoro Semarang)*. 8(2), 952–967.
- Sani, N., & Paramita, V. S. (2024). *LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Investor Generasi Z Jawa Barat)*. 13(1), 134–147.
- Sellinai, S., Zes, E. Z., & Mulyani, T. (2025). *The Impact of Risk Perception and Financial Literacy on Gen Z Investors' Investment Decision-Making in Jabodetabek Region*. 7, 1663–1678. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i6.7183>
- Shunmugasundaram, V., & Sinha, A. (2025). *The impact of behavioral biases on investment*

decisions : a serial mediation analysis. 30(59), 5–21. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-08-2023-0243>

- Sitinjak, J., Afirizawati, & Ridho, S. (2021). *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*. 1(3).
- Slamet, S., Citta, A. B., & Nurhidayanti, N. (2025). Pengaruh Financial Literacy, Digital Technology, Overconfidence, Risk Tolerance Dan Return Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 867–876. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.988>
- Sukma, N., Sari, N., & Dianah, A. (2022). *PENGARUH PERSEPSI RETURN DAN PERSEPSI RISIKO PADA KEPUTUSAN BERINVESTASI DI SAHAM SYARIAH (STUDI PADA GALERI INVESTASI SYARIAH FEBI UIN AR-RANIRY BANDA ACEH)*. 6, 22–29.
- 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.
- Syafitri, R. U., & Suropto. (2023). *IMPLEMENTASI PSYCHOLOGY FACTORS, RISK PERCEPTION, SOCIAL MEDIA SENTIMENT DAN HERDING BEHAVIOR TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (Studi pada Investor Saham Mahasiswa Universitas Lampung) IMPLEMENTATION PSYCHOLOGY FACTORS, RISK PERCEPTION, SOCIAL MEDIA SEN*. 1, 1184–1196.
- Triana, O. F., & Yudiantoro, D. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan SERAMBI Investasi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal Syariah*. 4(1), 21–32.
- Tsani, R. R., Purnomo, B. S., Imas, P., & Ramdana, A. D. (2025). *Social Media Content As An Information Source : Impact On Financial Literacy And Investment Intention Of Gen Z Employees In The Logistics & Transportation Sector*. 20(2), 192–209.
- W, M. P., & Wafiroh, N. L. (2022). *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang)*. 8, 200–206.
- Wahyuni, S. W., & Andreana, M. O. C. (2025). Hubungan Literasi Keuangan, Overconfidence dan Persepsi Risiko pada Keputusan Investasi Mahasiswa Universitas Udayana. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 6(1), 26–43. <https://doi.org/10.32585/jbfe.v6i1.6555>
- Widiastuti, Soleha, E., Hidayah, Z. Z., & Meirani, N. (2024). *Analisis Risk Tolerance dan Overconfidence terhadap Keputusan Investasi di Bursa Efek Indonesia*. 8(1), 263–272. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i1.25274>
- Yanti, H., & Triono, H. (2024). *PENGARUH HERDING, OVERCONFIDENCE, RISK PERCEPTION, DAN PERSONAL FINANCIAL NEEDS TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA*. 5, 92–103.
- Yulistiyani, A., Rapini, T., & Setiawan, F. (2023). Analisis Faktor Financial Knowledge, Financial Behavior, Overconfidence, dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi.

Jurnal Ilmu Manajemen, 13(1), 41–56. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i1.6452>
Yuwana, H. E., Mustaqim, M., Zaki, A., & Violita, C. E. (2025). *SURABAYA DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI JIMEA* | *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 9(1), 3393–3414.