

DETERMINAN KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA MELALUI MINAT INVESTASI DALAM KONTEKS KEBERLANJUTAN EKONOMI

Sony Tian Dhora¹, Dian Resha Agustina², Defrizal³, Vonny Tiara Narundana⁴, Ableo Swares⁵

¹Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

²Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

³Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

⁴Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

⁵Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya, Bandar Lampung, Indonesia

Penulis korespondensi: sony@ubl.ac.id

ABSTRAK

Investasi di kalangan mahasiswa semakin menjadi perhatian seiring meningkatnya kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan sejak dini. Meskipun demikian, banyak mahasiswa masih menghadapi kesulitan dalam mengambil keputusan investasi karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari kemampuan individu maupun lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh financial literacy, platform digital, self-efficacy, dan peer-influence terhadap keputusan investasi mahasiswa, dengan minat investasi sebagai variabel mediasi. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif digunakan melalui teknik analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Responden dalam penelitian adalah 100 mahasiswa manajemen Universitas Bandar Lampung yang berpengalaman dalam investasi dan sesuai dengan karakteristik yang diperlukan dalam penelitian. Hasil analisis menunjukkan financial literacy dan self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, sedangkan platform digital dan pengaruh peer-influence tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selanjutnya, minat investasi secara signifikan memediasi hubungan antara literasi keuangan dan self-efficacy terhadap keputusan investasi, menunjukkan peran mediasi penuh. Hasil ini mengindikasikan bahwa membangun pengetahuan keuangan dan kepercayaan diri mahasiswa merupakan langkah strategis dalam mendorong pengambilan keputusan investasi yang rasional dan berorientasi jangka panjang. Dalam konteks keberlanjutan ekonomi, temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi pendidikan keuangan dan integrasi teknologi dalam investasi yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Keputusan investasi yang tepat dari generasi muda akan mendukung fondasi ekonomi mikro yang sehat, sekaligus memperkuat stabilitas ekonomi nasional secara berkelanjutan.

KATA KUNCI

Keputusan Investasi, Minat Investasi, Keberlanjutan Ekonomi.

PENDAHULUAN

Keberlanjutan ekonomi menjadi salah satu isu global yang semakin memperoleh perhatian seiring meningkatnya tantangan perubahan iklim, ketimpangan ekonomi, serta kebutuhan akan pembangunan yang inklusif. Salah satu indikatornya tercermin dari meningkatnya tren investasi berkelanjutan (*sustainable investment*) di tingkat global. *World Investment Report* mencatat bahwa nilai aset berbasis *Environmental, Social, and Governance* (ESG) telah mencapai USD 41 triliun, menandakan pergeseran preferensi investor ke arah investasi berkelanjutan (UNCTAD, 2024). Perubahan ini turut berimplikasi bagi Indonesia, yaitu investor ritel mengalami peningkatan, terutama dari kalangan *gold generation*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa 13,8 juta investor pasar modal telah didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z (OJK, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki peran strategis dalam mendukung terciptanya keberlanjutan ekonomi melalui keputusan investasi yang rasional dan berorientasi jangka panjang.

Meningkatnya jumlah investor muda menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Salah satunya adalah kesenjangan antara literasi dan inklusi keuangan. Inklusi keuangan sudah mencapai tingkat 85,1%, sementara tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68% (OJK, 2022). Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa meskipun akses terhadap instrumen investasi meningkat, pemahaman mahasiswa terhadap risiko, strategi, serta aspek keberlanjutan investasi masih terbatas. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pengambilan keputusan investasi mahasiswa menjadi isu yang penting untuk dikaji.

Banyak penelitian telah mengidentifikasi bahwa keputusan investasi mahasiswa dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal maupun eksternal. Dari sisi internal, beberapa penelitian menegaskan pentingnya literasi keuangan dan faktor psikologis maupun sosial dalam mendorong perilaku investasi mahasiswa. Deviana dkk., (2025) menemukan bahwa literasi keuangan dan *financial self-efficacy* berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa di tengah maraknya layanan *fintech*. Rizani dkk., (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *attitude* dan *perceived behavioral control* menjadi prediktor signifikan bagi *investment intention*, meski literasi keuangan tidak selalu berpengaruh langsung. Sementara itu, Rani & Hudaya (2025) dan Dhora dkk., (2025) menegaskan bahwa sikap, pengetahuan investasi, serta lingkungan kampus memiliki pengaruh dalam minat investasi mahasiswa. Selain faktor literasi, pengelolaan keuangan pribadi juga terbukti berkorelasi kuat dengan keputusan investasi, sebagaimana ditunjukkan oleh Nurfadhilah & Za'im (2025) pada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Temuan tersebut juga didukung Sembel dkk., (2024) oleh menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif terhadap *stock investment intention* mahasiswa, sehingga peningkatan pengetahuan keuangan menjadi faktor penting dalam mendorong niat berinvestasi.

Selain faktor internal, penelitian juga menunjukkan bahwa keputusan investasi dipengaruhi oleh faktor eksternal pengaruh teman sebaya (*peer influence*) dan platform digital (*digital platform*). Sapira & Makrus (2025) menyoroti bahwa pengaruh sosial berperan krusial dalam membentuk perilaku keuangan generasi Z. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital menghadirkan peluang melalui platform investasi daring yang praktis, cepat, dan terjangkau, sebagaimana dicatat oleh Pradja & Taufiq (2024) terkait peran media sosial dan influencer dalam mendorong minat investasi mahasiswa. Temuan tersebut diperkuat oleh Marselino & Martilova (2024) yang membuktikan bahwa platform media sosial berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi mahasiswa, serta Aji dkk., (2024) yang menunjukkan bahwa media sosial dan *social media influencer* mampu meningkatkan *investment interest* mahasiswa di pasar modal.

Meskipun penelitian mengenai perilaku investasi mahasiswa telah berkembang cukup pesat, masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian (*research gap*). Pertama, sebagian besar penelitian hanya menguji pengaruh langsung *financial literacy*, *digital platform*, *self-efficacy*, maupun *peer influence* terhadap minat atau keputusan investasi secara terpisah sehingga belum menggambarkan mekanisme terbentuknya keputusan investasi secara komprehensif. Kedua, penelitian yang menempatkan *investment intention* sebagai variabel mediasi dalam menjelaskan hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan keputusan investasi masih relatif terbatas. Sebagai contoh, Maulana (et al., 2025) menguji peran *investment intention* dalam memediasi pengaruh *digital financial literacy* dan *cognitive ability* terhadap *investment decision*. Sementara itu, Niswah & Cahya, (2023) meneliti peran mediasi *investment intention* pada hubungan antara *financial literacy*, *investment knowledge*, dan *investment experience* terhadap keputusan investasi. Di sisi lain, Silalahi dkk., (2023) membuktikan bahwa *investment intention* memediasi pengaruh rekomendasi penasihat keuangan (*financial advisor recommendation*) terhadap keputusan investasi mahasiswa. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada variabel-variabel tertentu dan belum mengintegrasikan *financial literacy*, *digital platform*, *self-efficacy*, dan *peer influence* secara simultan dalam satu model penelitian, khususnya dalam konteks keberlanjutan ekonomi. Ketiga, sebagian besar penelitian masih berorientasi pada perilaku investasi secara umum dan belum mengaitkannya dengan perspektif keberlanjutan ekonomi, padahal Roadmap Keuangan Berkelanjutan Indonesia 2021–2025 menekankan pentingnya transformasi perilaku investor muda menuju investasi yang selaras dengan prinsip keberlanjutan (OJK, 2021). Kesenjangan tersebut menunjukkan perlunya penelitian yang mampu mengintegrasikan berbagai determinan investasi mahasiswa dalam satu model yang komprehensif sekaligus mengaitkannya dengan konteks keberlanjutan ekonomi.

Berdasarkan *research gap* tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan pada tiga aspek. Pertama, penelitian ini mengintegrasikan *financial literacy*, *digital platform*, *self-efficacy*, dan *peer influence* dalam satu model konseptual untuk menjelaskan keputusan investasi mahasiswa. Kedua, penelitian ini menempatkan *investment intention* sebagai variabel mediasi sehingga mampu menjelaskan mekanisme bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi keputusan investasi mahasiswa. Ketiga, penelitian ini mengkaji hubungan antarvariabel dalam perspektif keberlanjutan ekonomi, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku investasi serta menjadi dasar penyusunan strategi peningkatan literasi keuangan dan investasi berkelanjutan bagi perguruan tinggi, regulator, dan industri jasa keuangan.

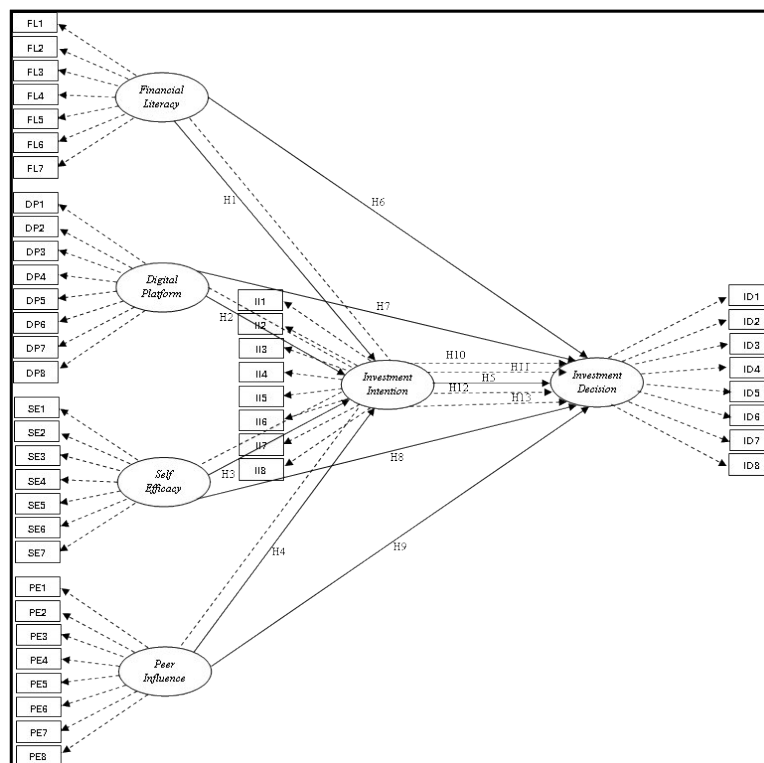
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penelitian ini mengacu pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) dan *Social Cognitive Theory* (SCT) yang dikemukakan oleh Bandura (1986). TPB menjelaskan bahwa perilaku individu diawali oleh niat (*behavioral intention*) yang dipengaruhi oleh sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Sementara itu, SCT menekankan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh interaksi antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku, dengan *self-efficacy* sebagai faktor penting yang membentuk keyakinan individu dalam mengambil keputusan. Dalam konteks penelitian ini, kedua teori tersebut menjelaskan bahwa *financial literacy*, *digital platform*, *self-efficacy*, dan *peer influence* berperan dalam membentuk *investment intention*, yang selanjutnya memengaruhi *investment decision* mahasiswa.

Berbagai penelitian terdahulu mendukung hubungan tersebut. *Financial literacy* terbukti meningkatkan minat maupun keputusan investasi karena individu yang memiliki pengetahuan keuangan lebih baik cenderung mampu mengevaluasi risiko dan memilih instrumen investasi secara rasional (Deviana dkk., 2025; Sembel dkk., 2024). Perkembangan *digital platform* juga memberikan kemudahan dalam

memperoleh informasi dan melakukan transaksi investasi sehingga mampu meningkatkan minat investasi mahasiswa (Aji dkk., 2024; Marselino & Martilova, 2024; Pradja & Taufiq, 2024). Selain itu, *self-efficacy* dan *peer influence* turut memengaruhi perilaku investasi, di mana keyakinan diri serta dukungan lingkungan sosial mendorong mahasiswa untuk lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi (Maarif dkk., 2023; Rizkia dkk., 2023; Sapira & Makrus, 2025). Penelitian Maulana dkk., (2025), Niswah & Cahya (2023) serta Silalahi et al., (2023) juga menunjukkan bahwa *investment intention* berperan sebagai variabel mediasi dalam menjelaskan hubungan berbagai determinan terhadap *investment decision*. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

- H1: *Financial Literacy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Investment Intention*.
H2: *Digital Platform* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Investment Intention*.
H3: *Self Efficacy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Investment Intention*.
H4: *Peer Influence* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Investment Intention*.
H5: *Investment Intention* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Investment Decision*.
H6: *Financial Literacy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Investment Decision*.
H7: *Digital Platform* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Investment Decision*.
H8: *Self Efficacy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Investment Decision*.
H9: *Peer Influence* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Investment Decision*.
H10: *Investment Intention* memediasi hubungan antara *Financial Literacy* dan *Investment Decision*.
H11: *Investment Intention* memediasi hubungan antara *Digital Platform* dan *Investment Decision*.
H12: *Investment Intention* memediasi hubungan antara *Self Efficacy* dan *Investment Decision*.
H13: *Investment Intention* memediasi hubungan antara *Peer Influence* dan *Investment Decision*.



Sumber: Penulis (2025)

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Tabel 1. Konsep Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator yang digunakan	Sitasi
Financial Literacy (X1)	Kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan dasar, risiko, <i>return</i> , serta mengelola keuangan pribadi dalam pengambilan keputusan investasi.	- Memahami konsep bunga majemuk - Membedakan aset dan liabilitas - Mengetahui manfaat diversifikasi - Memahami risiko dan imbal hasil - Mengelola keuangan pribadi - Mengetahui pentingnya dana darurat - Menghitung estimasi keuntungan investasi	Souisa <i>et al.</i> , (2023); Diah <i>et al.</i> , (2026)
Digital Platform (X2)	Media digital berbasis <i>fintech</i> yang memudahkan akses informasi, transaksi, dan edukasi investasi.	- Menggunakan aplikasi investasi digital (Bibit, Ajaib, dsb.) - Mudah mengakses informasi investasi - Nyaman menggunakan aplikasi - Fitur aplikasi membantu keputusan investasi - Keamanan data terjamin - Notifikasi aplikasi membantu - Layanan pelanggan membantu - Memanfaatkan fitur simulasi/ kalkulator investasi	Maarif <i>et al.</i> , (2023) Lestari <i>et al.</i> , (2023)
Self-Efficacy (X3)	Keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan investasi secara mandiri.	- Yakin bisa membuat keputusan sendiri - Mampu memahami informasi investasi - Percaya diri memilih produk investasi - Yakin memantau & evaluasi portofolio - Mampu mengambil risiko sesuai kemampuan - Yakin mengambil keputusan tanpa bantuan orang lain - Percaya diri memulai investasi baru	Maarif <i>et al.</i> , (2023); Lestari <i>et al.</i> , (2023); Rizkia <i>et al.</i> , (2023)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator yang digunakan	Sitasi
Peer Influence (X4)	Pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial terhadap sikap, minat, dan keputusan investasi mahasiswa.	1. Diskusi investasi dengan teman 2. Rekomendasi teman memengaruhi Keputusan 3. Termotivasi berinvestasi karena teman 4. Mengikuti tren investasi populer 5. Percaya pada pengalaman teman 6. Ikut membeli produk investasi dari teman 7. Tekanan sosial jika tidak ikut berinvestasi 8. Pendapat teman jadi pertimbangan utama	Souisa <i>et al.</i> , (2023); Diah <i>et al.</i> , (2026)
Investment Intention (M) (Mediasi)	Niat dan kecenderungan mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas investasi sebagai prediktor perilaku aktual.	1. Saya berniat segera berinvestasi 2. Saya berusaha mencari informasi investasi 3. Saya tertarik mengikuti seminar/pelatihan investasi 4. Saya berkomitmen berinvestasi jangka panjang 5. Saya ingin menambah portofolio investasi 6. Saya meluangkan waktu untuk belajar investasi 7. Saya terdorong mencoba instrumen investasi baru 8. Saya konsisten untuk menindaklanjuti rencana investasi	Maarif <i>et al.</i> , (2023); Lestari <i>et al.</i> , (2023); Rizkia <i>et al.</i> , (2023)
Investment Decision (Y)	Proses nyata mahasiswa dalam menentukan instrumen, alokasi, dan strategi investasi sesuai tujuan keuangan.	1. Menentukan tujuan investasi 2. Memilih instrumen sesuai pengetahuan 3. Mempertimbangkan risiko sebelum Keputusan 4. Melakukan evaluasi berkala 5. Membuat keputusan rasional 6. Menyusun perencanaan keuangan	Souisa <i>et al.</i> , (2023); Diah <i>et al.</i> , (2026)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator yang digunakan	Sitasi
		7. Memiliki kriteria pemilihan investasi	
		8. Membandingkan beberapa pilihan investasi	

Sumber: Data Olahan Peneliti (2025)

METODE PENELITIAN

Peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif melalui metode survei dalam riset ini. Hal tersebut sangat relevan untuk mengukur korelasi antar variabel di dalam model penelitian. Desain penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif, dengan fokus determinasi keputusan investasi yaitu literasi keuangan, *digital platform*, *self-efficacy*, dan *peer influence* yang dimediasi minat investasi dalam kerangka keberlanjutan ekonomi.

Peneliti menerapkan teknik *purposive sampling* untuk memilih responden berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan studi. Langkah ini menyasar kalangan mahasiswa yang telah memiliki pengalaman langsung atau akses terhadap berbagai instrumen investasi. Dengan menggunakan skala likert dengan kuesioner tertutup, penelitian ini disebarkan secara daring maupun luring. Dari total 150 kuesioner yang disebarkan, sebanyak 112 kembali, namun setelah proses *cleaning data* hanya 100 responden yang dinyatakan valid untuk dianalisis.

Ukuran sampel tersebut telah memenuhi ketentuan yaitu 5–10 kali jumlah indikator yang digunakan (Hair et al., 2022). Dengan total 45 indikator dalam model penelitian ini, jumlah minimum responden yang diperlukan adalah 100 dan maksimum 200 responden. Oleh karena itu, jumlah akhir 100 responden dinilai memadai untuk mendukung analisis inferensial, pengujian validitas, reliabilitas, serta evaluasi model struktural.

Peneliti melakukan penilaian kualitas instrumen demi memastikan validitas serta reliabilitas konstruk sebelum menguji model struktural. Prosedur evaluasi tersebut terdiri dari beberapa fase utama. Peneliti meninjau validitas konvergen berdasarkan skor outer loading yang melebihi 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,50. Pemenuhan kedua parameter ini memberikan kepastian bahwa setiap indikator telah merepresentasikan variabel laten secara efektif.

Kedua, Peneliti mengukur reliabilitas internal dengan merujuk pada perolehan skor *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang mencapai nilai di atas 0,70. Capaian ini mengonfirmasi stabilitas internal antar butir instrumen dalam satu dimensi, sehingga alat ukur memiliki tingkat kepercayaan tinggi dalam menilai variabel riset. Ketiga, penulis menguji validitas diskriminan melalui pendekatan *cross loading* dan parameter *Fornell–Larcker*. Prosedur ini bermanfaat untuk memvalidasi bahwa setiap variabel laten memiliki identitas unik yang berbeda dari konstruk lain agar tidak muncul ambiguitas atau tumpang tindih data.

Peneliti menerapkan *SmartPLS* sebagai teknik utama untuk menganalisis data dalam studi ini. Desain riset memiliki tingkat kompleksitas tinggi akibat adanya keterkaitan langsung maupun jalur tidak langsung melalui variabel mediasi, sehingga menuntut penggunaan pendekatan yang fleksibel. Selain itu, PLS-SEM lebih tepat digunakan dalam penelitian yang bersifat eksploratif serta berorientasi pada pengembangan teori, sebagaimana tujuan penelitian ini untuk memperluas pemahaman mengenai perilaku investasi mahasiswa dalam kerangka keberlanjutan ekonomi.

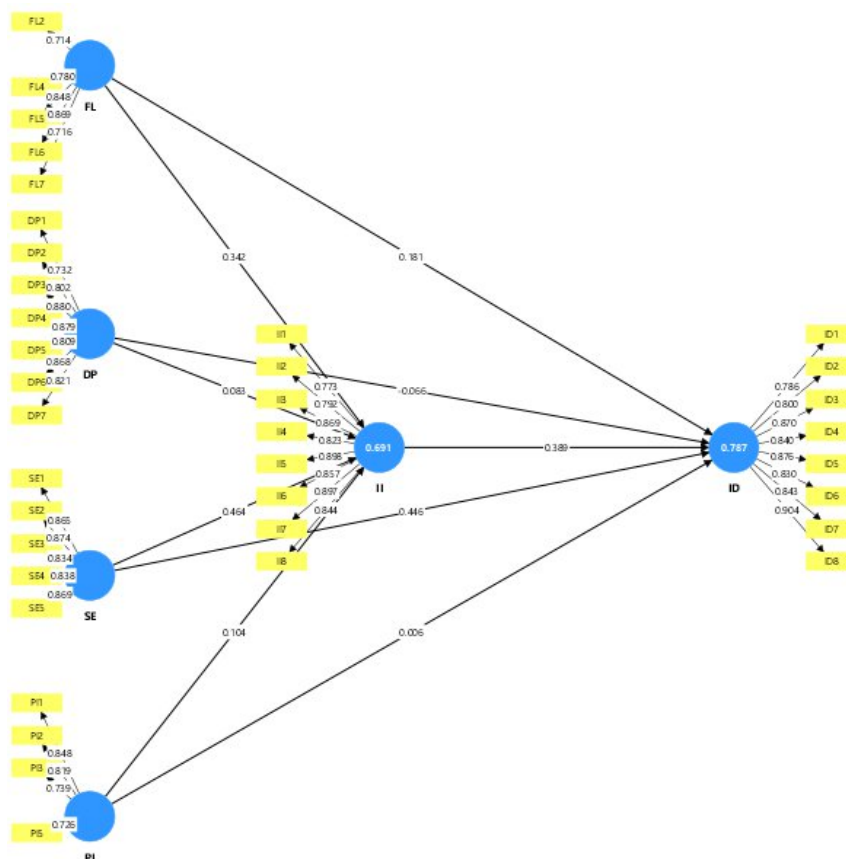
Keunggulan lain dari PLS-SEM adalah tidak adanya tuntutan atas asumsi distribusi data normal dan toleransinya terhadap ukuran sampel yang relatif kecil hingga menengah. Hal ini sesuai dengan karakteristik penelitian yang menggunakan mahasiswa sebagai responden. Lebih jauh lagi, PLS-SEM memungkinkan peneliti untuk melakukan evaluasi secara komprehensif, mulai dari koefisien determinasi (R^2), uji efek mediasi, hingga *predictive relevance* (Q^2). Keseluruhan analisis tersebut sangat relevan dengan tujuan penelitian, yakni menguji determinan keputusan investasi mahasiswa dengan memasukkan minat investasi sebagai variabel mediasi.

Peneliti menghimpun data melalui survei daring dengan mendistribusikan kuesioner berbasis *Google Form* kepada kalangan mahasiswa. Peneliti menerapkan metode ini karena alasan efisiensi, kecepatan, dan kemampuan menjaring responden secara masif, sekaligus menyesuaikan dengan perilaku generasi muda yang rutin memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas keseharian mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis model pengukuran (*outer model*) pada Gambar 2 mengevaluasi interaksi antara variabel laten *Financial Literacy* (FL), *Digital Platform* (DP), *Self-Efficacy* (SE), *Peer Influence* (PI), *Investment Intention* (II), dan *Investment Decision* (ID). Beragam indikator mengukur setiap konstruk dengan perolehan nilai *loading factor* yang seluruhnya melampaui ambang batas 0,5 serta mayoritas melebihi 0,7. Angka tersebut memberikan bukti kuat bahwa indikator-indikator penelitian mampu merepresentasikan variabel laten secara akurat dan tepat.

Model ini menyajikan lintasan antar konstruk untuk memetakan arah hubungan pada analisis inner model. Nilai koefisien jalur (*path coefficient*) mengukur besarnya dampak variabel eksogen terhadap variabel mediasi dan endogen. Visualisasi ini membuktikan bahwa instrumen riset telah memenuhi kriteria validitas konvergen untuk pengujian model struktural selanjutnya.



Sumber: Data Olahan SmartPLS (2025)

Gambar 2. *Outer Model*

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Temuan analisis mengonfirmasi bahwa mayoritas indikator memiliki nilai *loading factor* melebihi 0,70 guna memenuhi syarat validitas konvergen. Peneliti mengeluarkan indikator FL1, FL3, PI4, PI6, PI7, PI8, SE6, serta SE7 dari model penelitian karena gagal mencapai angka 0,708. Skor *Composite Reliability* (CR) setiap konstruk mencatatkan rentang 0,811 sampai 0,952 dengan *Average Variance Extracted* (AVE) melampaui 0,50 untuk memastikan pemenuhan aspek reliabilitas serta validitas konvergen. (Hair et al., 2022).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (ringkasan hasil *outer model*)

Variabel	CR	AVE	Status
<i>Financial Literacy</i>	0,891	0,621	Reliabel & Valid
<i>Digital Platform</i>	0,939	0,687	Reliabel & Valid
<i>Self-Efficacy</i>	0,932	0,733	Reliabel & Valid
<i>Peer Influence</i>	0,865	0,616	Reliabel & Valid
<i>Investment Intention</i>	0,952	0,714	Reliabel & Valid
<i>Investment Decision</i>	0,952	0,713	Reliabel & Valid

Sumber: Data diolah SmartPLS (2025)

Hal ini membuktikan bahwa seluruh konstruk dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut karena instrumen telah sesuai dan memenuhi syarat reliabel dan valid.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Analisis model struktural berfungsi untuk membedah kekuatan korelasi antar variabel dalam penelitian ini. Perolehan nilai R^2 sebesar 0,787 memosisikan Niat Investasi (II) pada level tinggi, sementara variabel Keputusan Investasi (ID) mencapai angka 0,691 dengan klasifikasi moderat menuju tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi variabel independen mampu merepresentasikan lebih dari 69% keragaman keputusan investasi mahasiswa secara akurat.

Tabel 3. Nilai R^2 Konstruk Endogen

Variabel Endogen	R^2	Kategori
Investment Intention	0,787	Tinggi
Investment Decision	0,691	Moderat-Tinggi

Sumber: Data diolah SmartPLS (2025)

Selain itu, nilai f^2 *effect size* menunjukkan kontribusi yang bervariasi: *Self-Efficacy* terhadap *Investment Intention* memiliki pengaruh kecil (0,066), sedangkan *Peer Influence* terhadap *Investment Intention*

memberikan pengaruh sedang (0,194). *Investment Intention* sendiri memiliki kontribusi sedang terhadap *Investment Decision* (0,281).

3. Uji Hipotesis

Peneliti menguji seluruh hipotesis melalui prosedur *bootstrapping* dengan melibatkan 5.000 subsampel. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar hipotesis didukung oleh data, kecuali pengaruh langsung *Digital Platform* dan *Peer Influence* terhadap *Investment Intention* serta *Investment Decision* yang tidak signifikan.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Jalur	Koefisien	t-value	p-value	Hasil
H1	Financial Literacy → Investment Intention	0,342	3,142	0,001	Support
H2	Digital Platform → Investment Intention	0,083	0,789	0,215	Not Support
H3	Self-Efficacy → Investment Intention	0,464	3,583	0,000	Support
H4	Peer Influence → Investment Intention	0,104	1,585	0,056	Not Support
H5	Investment Intention → Investment Decision	0,389	3,900	0,000	Support
H6	Financial Literacy → Investment Decision	0,181	2,005	0,022	Support
H7	Digital Platform → Investment Decision	-0,066	0,631	0,264	Not Support

Hipotesis	Jalur	Koefisien	t-value	p-value	Hasil
H8	<i>Self-Efficacy</i> → <i>Investment Decision</i>	0,446	4,445	0,000	<i>Support</i>
H9	<i>Peer Influence</i> → <i>Investment Decision</i>	0,006	0,105	0,458	<i>Not Support</i>

Sumber: Data diolah SmartPLS (2025)

Temuan penelitian membuktikan literasi keuangan serta efikasi diri memberikan kontribusi krusial dalam memacu minat investasi mahasiswa dan menentukan arah pengambilan keputusan investasi mereka. Sebaliknya, *digital platform* dan *peer influence* belum terbukti memberikan pengaruh langsung yang signifikan.

4. Uji Mediasi

Hasil analisis mediasi membuktikan bahwa niat investasi berperan sebagai mediator penuh dalam hubungan literasi keuangan dan efikasi diri terhadap keputusan investasi. Namun, efek mediasi tersebut tidak mencapai taraf signifikan pada variabel platform digital maupun pengaruh teman sebaya.

Tabel 5. Hasil Uji Mediasi

Jalur	Direct Effect	Indirect Effect via II	Kesimpulan	Jalur
<i>Financial Literacy</i> → <i>Investment Decision</i>	0,181 (p=0,022)	0,133 (p=0,004)	<i>Full Mediation</i>	<i>Financial Literacy</i> → <i>Investment Decision</i>
<i>Digital Platform</i> → <i>Investment Decision</i>	-0,066 (p=0,264)	0,032 (p=0,221)	<i>No Mediation</i>	<i>Digital Platform</i> → <i>Investment Decision</i>
<i>Self-Efficacy</i> → <i>Investment Decision</i>	0,446 (p=0,000)	0,181 (p=0,006)	<i>Full Mediation</i>	<i>Self-Efficacy</i> → <i>Investment Decision</i>
<i>Peer Influence</i> → <i>Investment Decision</i>	0,006 (p=0,458)	0,041 (p=0,081)	<i>No Mediation</i>	<i>Peer Influence</i> → <i>Investment Decision</i>

Sumber: Data diolah SmartPLS (2025)

Pembahasan

Hasil penelitian mengonfirmasi literasi keuangan memengaruhi intensi investasi mahasiswa secara nyata (H1). Temuan ini sejalan dengan penelitian Alfia dkk., (2020), Trisnaningasih dkk., (2022) dan

Sukarno dkk., (2024) bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin tinggi pula minat individu untuk berinvestasi. Pengetahuan mengenai risiko, imbal hasil, dan pengelolaan keuangan mendorong mahasiswa memiliki keyakinan yang lebih baik dalam merencanakan investasi. Namun demikian, penelitian Sun & Lestari (2022), Rahma & Fatchan (2026), Viana dkk., (2021) dan Widhiastuti & Novianda (2024) menunjukkan *financial literacy* tidak selalu berpengaruh langsung terhadap *investment intention* karena hubungan tersebut dipengaruhi oleh faktor lain seperti sikap investasi, toleransi risiko, maupun pengalaman investasi. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh karakteristik responden, tingkat pengalaman investasi, maupun perbedaan instrumen investasi yang digunakan. Dalam bingkai keberlanjutan ekonomi, peningkatan literasi memberi bekal rasional bagi generasi muda untuk mengalokasikan dana ke instrumen berorientasi jangka panjang yang lebih selaras dengan prinsip tata kelola dan dampak sosial-lingkungan.

Selanjutnya, *self-efficacy* terbukti signifikan memengaruhi *investment intention* (H3) sekaligus keputusan investasi (H8) dalam studi ini. Hasil ini mendukung *Social Cognitive Theory* yang menjelaskan bahwa individu dengan tingkat keyakinan diri yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengambil keputusan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Alfia dkk. (2020) pada konteks pasar modal mahasiswa. Akan tetapi, penelitian Laurency & Arifin (2022) dan Johan & Azariani (2025) menemukan bahwa *financial self-efficacy* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi pada konteks dan karakteristik responden yang berbeda. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *self-efficacy* sangat dipengaruhi oleh karakteristik responden, jenis instrumen investasi, serta pengalaman investasi yang dimiliki.

Berbeda dengan hipotesis yang diajukan, *digital platform* tidak berpengaruh signifikan terhadap *investment intention* (H2) maupun *investment decision* (H7) sejalan dengan penelitian (Zahra & Achyani, 2024). Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Marselino & Martilova (2024), Pradja & Taufiq (2024), Sukarno dkk., (2024) dan Trisnaningsih dkk., (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan akses informasi melalui platform digital mampu meningkatkan minat investasi. Tidak signifikannya pengaruh digital platform dalam penelitian ini diduga disebabkan oleh karakteristik responden yang relatif homogen dalam penggunaan teknologi sehingga keberadaan platform digital tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam menentukan keputusan investasi. Selain itu, indikator yang digunakan lebih banyak mengukur kemudahan penggunaan (*usability*) dibandingkan kualitas informasi dan edukasi investasi yang tersedia pada platform digital kemudian penelitian pada Gen-Z juga menegaskan peran kemajuan teknologi dalam membentuk minat, meski sering dimoderasi oleh *exposure* pelatihan/edukasi pasar modal (Nisa & Hidayati, 2022).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *peer influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *investment intention* (H4) maupun *investment decision* (H9). Temuan ini berbeda dengan penelitian Pradja & Taufiq (2024), Sapira & Makrus (2025) dan Souisa dkk., (2023) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial dan teman sebaya memiliki peran penting dalam membentuk perilaku investasi generasi muda. Sebaliknya, terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak selalu menjadi faktor dominan ketika individu telah memiliki tingkat literasi keuangan dan keyakinan diri yang baik (Gainau, 2020; Gürbüz & Yilmaz, 2025; Salma et al., 2020). Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa dalam penelitian ini cenderung mengambil keputusan investasi secara lebih mandiri berdasarkan pengetahuan dan analisis pribadi dibandingkan mengikuti rekomendasi lingkungan sosial.

Selanjutnya, *investment intention* terbukti berpengaruh positif terhadap *investment decision* (H5). Hasil ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa niat merupakan prediktor utama perilaku aktual (Ajzen, 1991). Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Laurency & Arifin,

(2022), Maulana dkk., (2025) dan Rizani dkk., (2024) yang menunjukkan bahwa individu dengan niat investasi yang tinggi cenderung merealisasikan keputusan investasi secara nyata.

Pada pengujian mediasi, *investment intention* terbukti memediasi hubungan antara *financial literacy* (H10) dan *self-efficacy* (H12) terhadap *investment decision*. Hasil ini memperkuat penelitian Maulana dkk., (2025), Niswah & Cahya (2023) dan Silalahi dkk., (2023) yang menunjukkan bahwa *investment intention* berperan sebagai mekanisme yang menjembatani berbagai determinan terhadap keputusan investasi. Sebaliknya, *investment intention* tidak mampu memediasi hubungan antara *digital platform* (H11) maupun *peer influence* (H13) terhadap *investment decision*. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan teknologi maupun lingkungan sosial belum cukup kuat membentuk keputusan investasi apabila tidak diikuti oleh peningkatan pengetahuan keuangan dan keyakinan diri mahasiswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor internal, yaitu *financial literacy* dan *self-efficacy*, memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan faktor eksternal berupa *digital platform* dan *peer influence* dalam membentuk keputusan investasi mahasiswa. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kualitas keputusan investasi generasi muda tidak cukup hanya melalui penyediaan *platform digital*, tetapi juga memerlukan penguatan program literasi keuangan, peningkatan *self-efficacy* melalui pelatihan dan simulasi investasi, serta penyediaan edukasi investasi yang berkelanjutan. Dalam konteks keberlanjutan ekonomi, strategi tersebut diharapkan mampu mendorong terbentuknya investor muda yang lebih rasional, mandiri, dan berorientasi pada investasi jangka panjang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, riset ini membuktikan bahwa literasi keuangan dan efikasi diri memberikan dampak nyata terhadap niat investasi mahasiswa, sehingga motivasi tersebut menjadi penggerak utama dalam pengambilan keputusan investasi. Data menegaskan bahwa penguasaan wawasan finansial yang mendalam serta kepercayaan diri yang kokoh memicu mahasiswa untuk berinvestasi secara logis dan berorientasi jangka panjang. Sebaliknya, peran *platform digital* maupun pengaruh teman sebaya tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap minat atau aksi investasi, yang membuktikan bahwa mahasiswa lebih memprioritaskan faktor internal daripada variabel eksternal dalam menentukan strategi keuangan mereka.

Hasil penelitian ini menekankan urgensi peningkatan kecakapan finansial dan efikasi diri di kalangan mahasiswa. Institusi pendidikan perlu menghadirkan program edukasi investasi yang sistematis serta berkesinambungan. Pelaksanaan kegiatan ini dapat menjangkau ranah akademik maupun non-akademik di lingkungan universitas. Pemerintah juga memegang peran penting dalam menyusun kebijakan literasi keuangan nasional yang terintegrasi. Pendekatan tersebut membimbing investor muda untuk melepaskan orientasi pada keuntungan jangka pendek. Mereka akan beralih pada praktik investasi berkelanjutan yang memperkuat fondasi ekonomi dalam jangka panjang.

KETERBATASAN DAN SARAN

Riset ini menyisakan beberapa kekurangan teknis. Fokus responden yang hanya melibatkan mahasiswa Universitas Bandar Lampung menjadi faktor pertama yang membatasi cakupan generalisasi data secara luas. Faktor kedua terletak pada dominasi metode kuantitatif berbasis kuesioner yang belum mampu menyentuh aspek-aspek kualitatif di balik tindakan investasi mahasiswa. Oleh sebab itu, peneliti berikutnya perlu memperluas sebaran responden ke berbagai perguruan tinggi nasional serta mengintegrasikan metode kualitatif dan kuantitatif guna meraih pemahaman komprehensif mengenai determinan investasi mahasiswa dalam bingkai ekonomi berkelanjutan.

REFERENSI

- Aji, W. A., Suyatno, A., & Akhmad, K. A. (2024). The Effect Of Investment Knowledge , Social Media Influencers , And Financial Literacy On Investment Interest In The Capital Market In Students Of Management Program At Duta Bangsa University. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 33–49. <https://doi.org/10.47701.2938>
- Alfia, R., JawotoNusantoro, & Darmayanti, E. F. (2020). Pengaruh Pemahaman Investasi, Literasi Keuangan dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro). *SNPPM-2 (Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2, 199–206.
- Deviana, D., Malini, H., & Syahputri, A. (2025). Peran Financial Self-Efficacy dalam Hubungan antara Pendapatan , Literasi Keuangan , dan Perilaku Keuangan Mahasiswa di Indonesia. *ECo-Buss: Economics and Business*, 8(1), 276–294. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2604>
- Dhora, S. T., Sanida, N., Defrizal, D., Narundana, V. T., & Agustina, D. R. (2025). EDUKASI PASAR MODAL UNTUK MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 9(02), 141–150.
- Diah, A., Lestariningsih, P., Su, S., Ekonomi, F., Riyadi, U. S., & Surakarta, K. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan , E-Money , dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Cashless Society Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Peng: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1148–1164.
- Gainau, P. C. (2020). Have Students Comprehended Investment? *Journal of Accounting and Investment*, 21(3). <https://doi.org/10.18196/jai.2103162>
- Gürbüz, H., & Yilmaz, V. (2025). A Model Proposal for Explaining the Investment Behaviour of University Students. *Journal of Mehmet Akif Ersoy University*, 12(1), 196–213. <https://doi.org/https://doi.org/10.30798/makuiibf.1471368>
- Hair, J. F., M. Ringle, C., M. Hult, G. T., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Long Range Planning* (Vol. 46, Issues 1–2). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Johan, I. R., & Azariani, S. A. (2025). Persepsi Risiko , Financial Self-Efficacy , dan Minat Investasi Emas pada Generasi Z. *Jurn. Ilm. Kel. & Kons.*, 18(1), 26–37.
- Laurency, J. S., & Arifin, A. Z. (2022). Pengaruh Financial Attitude, Financial Self-Efficacy, dan Risk Perception terhadap Investment Intention. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 617–626. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19694>
- Lestari, T. P., Wihartanti, L. V., & Styaningrum, F. (2023). Faktor Yang Memengaruhi Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa Universitas Pgri Madiun. *Bina Ekonomi*, 27(1), 44–57. <https://doi.org/10.26593/be.v27i1.6041.44-57>
- Maarif, F., Syaifuddin, D. T., Saleh, S., Sujono, S., & Budi, N. (2023). Pengaruh Ekspektasi Return, Self Efficacy, Risiko, Teknologi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi(Studi Kasus Pada Investor Phintraco Sekuritas Di Universitas Halu Oleo). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(1), 54. <https://doi.org/10.55598/jmk.v15i1.30905>
- Marselino, N., & Martilova, N. (2024). Analysis of the Influence of Social Media Platforms on the Investment Interest of Millennial Generation in the Capital Market. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 682–695. <https://ejournal.yasin-alsys.org/index.php/alldyas>
- Maulana, H., Ulya, A. Z. S., Syahrudin, S., Rahman, M. K., Hastuti, E. W., & Harahap, S. A. R. (2025). Factors affecting investment decision in Indonesia : Mediating role of intention to invest. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 11(2), 241–257. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol11.iss2.art6>
- Nisa, A. M., & Hidayati, A. N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Kemajuan Teknologi dan Motivasi Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 28–35. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1676>
- Niswah, A. A., & Cahya, B. T. (2023). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi di Pasar Modal Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening. *JEBISKU: Jurnal*

- Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(2), 244–259. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/jebisku.v1i2.209>
- Nurfadhilah, M. I., & Za'im, Z. M. (2025). Revealing the Relationship Between Financial Management and Student Investment Decisions at Bandung State Polytechnic. *International Journal Administration, Business & Organization*, 6(1), 41–50. <https://doi.org/10.61242/ijabo.25.450>
- Pradja, H., & Taufiq, M. (2024). Pengaruh Pengalaman Investasi , Tingkat Risiko , dan Influencer. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 1354–1362.
- Rahma, N., & Fatchan, D. (2026). Pengaruh Kemudahan Investasi Digital , Literasi Keuangan , Fear Out of Missing Out (FOMO) dan Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Gen Z. *Jurnal Economic Resources*, 9(1), 1124–1134.
- Rani, B. M., & Hudaya, R. (2025). Jambura Accounting Review Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi pada Program Studi Akuntansi Fakultas. *Jambura Accounting Review*, 6(2), 605–619.
- Rizani, A. A., Hendrawaty, E., & Puspitasari D., N. (2024). Theory of Planned Behavior: The Effect of Financial Literacy and Risk Tolerance on Investment Intention. *Journal of Business and Management Review*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.47153/jbmr52.8822024>
- Rizkia, R. F., Pramesti, F. A., & Amaroh, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risk Tolerance, Dan Self Efficacy Terhadap Intensi Investasi Pasar Modal Pada Generasi-Z. *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE*, 4(2), 144. <https://doi.org/10.24014/ibf.v4i2.23493>
- Salma, U., Azizah, A., & Mulyono, H. (2020). Dataset on determinants of intention and investment behaviour amongst young Indonesian millennials. *Data in Brief*, 32, 106083. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.106083>
- Sapira, B., & Makrus, M. (2025). Financial Self-Efficacy, Lifestyle, and Peer Influence on Credit Decisions: The Mediating Role of Financial Control in Gen Z. *Economic: Journal Economic and Business*, 4(2), 292–307.
- Sembel, J. S., Widjaja, A. W., & Antonio, F. (2024). An Empirical Analysis of Financial Literacy As Mediator for Stock Investment Intention Among University Students. *International Journal of Business Studies*, 8(1), 51–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.32924/ijbs.v8i1.307>
- Silalahi, A. D., Wardany, S., Silalahi, C. A. P., & Tiara, S. (2023). The Influence Financial Advisor Recommendations on the Investment Decisions of Student Investor in Medan With Intention as a Predicator and Financial Literacy as Moderator. *International Journal of Economics Development Research*, 4(1), 126–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/ijedr.v4i2.2028>
- Souisa, M., Loppies, L., & Christany, R. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pattimura. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1005–1012. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12554>
- Sukarno, A., Haryono, S. T., Nusantara, G., Ambarwati, S. D. A., Sugandini, D., & Pamuji, W. A. (2024). The Effect of Financial Literacy, Motivation, Return to Investment, Social Media, and Fintech on Investment Intention in the Millennial Generation. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 13(3), 431–440.
- Sun, S., & Lestari, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat Di Batam. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 10(03), 101–114.
- Trisnarningsih, T., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2022). Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 82–89. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1705>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 12(3), 252–264.
- Widhiastuti, R. N., & Novianda, B. F. (2024). Pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan motivasi terhadap minat investasi generasi z di jabodetabek. *Kompleksitas: Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), 84–93.
- Zahra, L. A., & Achyani, F. (2024). Determinan Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 7(2), 167–177.

Determinan Keputusan Investasi Mahasiswa Melalui Minat (Sony Tian Dhora, Dian Resha Agustina, Defrizal, Vonny Tiara Narundana, Ableo Swares)

UNCTAD. (2024). *World investment report 2024: Investing in sustainable value chains*. United Nations. <https://unctad.org>