

Peran Financial Literacy, Risk Perception, dan Social Media Exposure pada Investor Muda di Jakarta

Adi Masliardi¹, Yendri Deswin², Ilham Akbar Bunyamin³

¹ Politeknik Ketenagakerjaan

² STIE Triguna Tangerang

³ Universitas Nusa Putra

Info Artikel

Article history:

Received Jul, 2026

Revised Jul, 2026

Accepted Jul, 2026x

Kata Kunci:

Financial Literacy, Risk
Perception, Social Media
Exposure, Pengambilan
Keputusan Investasi, Investor
Muda.

Keywords:

Financial Literacy, Risk
Perception, Social Media
Exposure, Investment Decision,
Young Investors.

ABSTRAK

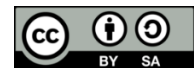
Meningkatnya partisipasi investor muda di pasar modal Indonesia telah menciptakan kebutuhan untuk memahami faktor-faktor yang membentuk keputusan investasi mereka. Studi ini meneliti pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan paparan media sosial terhadap keputusan investasi di kalangan investor muda di Jakarta. Pendekatan kuantitatif eksploratif digunakan dengan data primer yang dikumpulkan dari 175 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Responden diharuskan berusia antara 18 dan 35 tahun, berdomisili di Jakarta, memiliki pengalaman investasi, dan aktif menggunakan media sosial. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert lima poin dan dianalisis dengan IBM SPSS Statistics Versi 25. Analisis meliputi statistik deskriptif, pengujian validitas dan reliabilitas, pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, dengan koefisien standar sebesar 0,352 dan nilai signifikansi di bawah 0,001. Persepsi risiko juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, dengan koefisien standar 0,291 dan nilai signifikansi di bawah 0,001. Paparan media sosial memiliki pengaruh positif terkuat, dengan koefisien standar 0,401 dan nilai signifikansi di bawah 0,001. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut secara signifikan memengaruhi keputusan investasi, dengan nilai F sebesar 99,821 dan nilai signifikansi di bawah 0,001. Model tersebut menjelaskan 63,7% variasi dalam keputusan investasi. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku investasi di kalangan investor muda dibentuk oleh pengetahuan keuangan, evaluasi risiko, dan paparan informasi keuangan digital. Studi ini menyoroti pentingnya meningkatkan pendidikan keuangan, memperkuat kesadaran risiko, dan mempromosikan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab sebagai sumber informasi investasi.

ABSTRACT

The increasing participation of young investors in Indonesia's capital market has created a need to understand the factors that shape their investment decisions. This study examines the effects of financial literacy, risk perception, and social media exposure on investment decisions among young investors in Jakarta. A quantitative explanatory approach was employed using primary data collected from 175 respondents who were selected through purposive sampling. Respondents were required to be between 18 and 35 years old, reside in Jakarta, have investment experience, and actively use social media.

Data were collected through a structured questionnaire using a five-point Likert scale and analyzed with IBM SPSS Statistics Version 25. The analysis included descriptive statistics, validity and reliability testing, classical assumption tests, multiple linear regression, the coefficient of determination, t-tests, and an F-test. The findings show that financial literacy has a positive and significant effect on investment decisions, with a standardized coefficient of 0.352 and a significance value below 0.001. Risk perception also has a positive and significant effect, with a standardized coefficient of 0.291 and a significance value below 0.001. Social media exposure has the strongest positive influence, with a standardized coefficient of 0.401 and a significance value below 0.001. Simultaneously, the three independent variables significantly influence investment decisions, with an F-value of 99.821 and a significance value below 0.001. The model explains 63.7% of the variation in investment decisions. These results indicate that investment behavior among young investors is shaped by financial knowledge, risk evaluation, and exposure to digital financial information. The study highlights the importance of improving financial education, strengthening risk awareness, and promoting responsible use of social media as a source of investment information.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Adi Masliardi

Institution: Politeknik Ketenagakerjana

Email: adimasliardi@politeknaker.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat layanan keuangan digital telah mengubah secara fundamental perilaku investasi, khususnya di kalangan generasi muda. Munculnya berbagai platform perdagangan online, aplikasi investasi berbasis mobile, serta produk keuangan yang semakin mudah diakses telah mengurangi hambatan bagi masyarakat untuk memasuki pasar modal. Kondisi ini memungkinkan individu dengan modal terbatas untuk berpartisipasi dalam berbagai instrumen investasi seperti saham, reksa dana, exchange-traded funds, dan cryptocurrency (Altawalbeh & Alhajaya, 2019; Arini & Iskandar, 2022). Di Indonesia, transformasi ini semakin berkembang seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone, sehingga menciptakan ekosistem investasi yang lebih cepat, mudah dijangkau, dan semakin bergantung pada informasi digital. Akibatnya, Young Investors menjadi salah satu kelompok dengan pertumbuhan paling cepat dalam pasar modal Indonesia (Modjo & Santoso, 2022; Restuputri et al., 2023), yang ditandai dengan tingginya minat berinvestasi namun memiliki tingkat pengetahuan keuangan dan pengalaman investasi yang beragam. Meskipun memberikan peluang besar terhadap inklusi keuangan, kemudahan akses investasi juga meningkatkan berbagai risiko seperti behavioral biases, misinformation, speculative trading, dan irrational decision-making, sehingga penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi Investment Decisions pada Young Investors.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi Investment Decisions adalah Financial Literacy. Financial Literacy mengacu pada pengetahuan, pemahaman, keyakinan, dan kemampuan individu

dalam menerapkan konsep keuangan secara efektif untuk menghasilkan keputusan keuangan yang tepat. Individu dengan tingkat Financial Literacy yang lebih tinggi umumnya memiliki kemampuan lebih baik dalam mengevaluasi alternatif investasi (Ahmadi, 2023; Denura & Soekarno, 2023), melakukan diversifikasi portofolio, memahami risiko investasi, serta mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Sebaliknya, rendahnya Financial Literacy dapat menyebabkan investor lebih bergantung pada intuisi, rumor, atau keputusan emosional dibandingkan dengan analisis keuangan yang objektif. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa individu dengan Financial Literacy yang baik cenderung menunjukkan perilaku investasi yang lebih rasional dan memiliki partisipasi yang lebih tinggi dalam pasar keuangan (Ahmadi, 2023; Jaya et al., 2024). Oleh karena itu, peningkatan Financial Literacy menjadi aspek penting dalam mendukung pertumbuhan investasi yang berkelanjutan, terutama bagi Young Investors yang baru memasuki dunia investasi.

Selain Financial Literacy, Risk Perception juga menjadi faktor psikologis penting yang memengaruhi Investment Decisions. Aktivitas investasi pada dasarnya selalu berkaitan dengan ketidakpastian, sehingga investor perlu melakukan evaluasi terhadap hubungan antara potensi keuntungan dan risiko yang mungkin terjadi (Chandra et al., 2023; Monteiro & Bressan, 2021; Rungsrisawat et al., 2019). Risk Perception menggambarkan bagaimana individu secara subjektif menilai kemungkinan serta dampak dari potensi kerugian dalam aktivitas investasi. Persepsi risiko setiap investor dapat berbeda meskipun menghadapi kondisi pasar yang sama karena dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, karakteristik psikologis, dan faktor eksternal lainnya (Farida et al., 2023; Restuputri et al., 2023). Young Investors yang memiliki pengalaman investasi terbatas cenderung lebih rentan terhadap pengaruh emosi, cognitive biases, dan informasi eksternal dalam membentuk persepsi risiko. Investor dengan Risk Perception yang tinggi cenderung memilih strategi investasi yang lebih konservatif, sedangkan investor dengan persepsi risiko yang lebih rendah cenderung lebih berani mengambil peluang investasi dengan tingkat volatilitas yang lebih tinggi. Dengan demikian, pemahaman mengenai Risk Perception menjadi penting untuk menjelaskan perbedaan perilaku Investment Decisions antar investor.

Perkembangan Social Media juga telah menghadirkan dimensi baru dalam proses pengambilan keputusan investasi modern. Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, X (formerly Twitter), Telegram, serta berbagai komunitas investasi online telah menjadi sumber utama informasi keuangan bagi banyak Young Investors. Melalui Social Media Exposure, investor dapat memperoleh akses cepat terhadap informasi investasi, edukasi keuangan, analisis pasar, opini ahli, serta pengalaman dari komunitas investor lainnya (Farida et al., 2023; Restuputri et al., 2023). Namun, di sisi lain, media sosial juga menjadi sarana penyebaran misinformation, rekomendasi investasi spekulatif, tren investasi viral, serta opini dari financial influencers yang memiliki tingkat kredibilitas berbeda-beda. Kondisi tersebut menyebabkan Young Investors menghadapi lingkungan informasi yang kompleks, yang dapat meningkatkan pemahaman investasi maupun mendorong perilaku investasi yang tidak rasional seperti fear of missing out (FOMO), herd behavior, dan excessive optimism. Oleh karena itu, Social Media Exposure menjadi faktor penting yang perlu dikaji karena memiliki potensi dalam membentuk Investment Decisions dan persepsi investor terhadap risiko keuangan.

Indonesia menjadi konteks penelitian yang relevan untuk mengkaji hubungan antara Financial Literacy, Risk Perception, Social Media Exposure, dan Investment Decisions karena mengalami pertumbuhan signifikan dalam jumlah investor ritel dalam beberapa tahun terakhir. Sebagian besar pertumbuhan investor baru berasal dari kelompok usia muda yang menunjukkan

meningkatnya partisipasi generasi muda dalam pasar modal. Jakarta sebagai pusat ekonomi dan keuangan Indonesia menjadi lokasi strategis untuk penelitian ini karena memiliki konsentrasi tinggi terhadap aktivitas investasi, lembaga keuangan, institusi pendidikan, serta perkembangan teknologi digital. Young Investors di Jakarta secara aktif terpapar berbagai program edukasi keuangan, aplikasi investasi digital, promosi produk investasi, serta konten investasi melalui media sosial. Meskipun kondisi tersebut memberikan peluang besar terhadap peningkatan inklusi keuangan dan akumulasi kekayaan, perkembangan ini juga menghadirkan tantangan berupa information overload, ketidakpastian investasi, serta pengaruh faktor psikologis dalam proses pengambilan keputusan. Oleh sebab itu, identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi Investment Decisions pada Young Investors di Jakarta menjadi penting bagi regulator, lembaga keuangan, akademisi, dan praktisi investasi.

Penelitian sebelumnya telah banyak mengkaji hubungan antara Financial Literacy, Risk Perception, Social Media Exposure, dan perilaku investasi dalam berbagai konteks. Sebagian besar penelitian menemukan bahwa Financial Literacy memiliki pengaruh positif terhadap Investment Decisions, sementara Risk Perception berperan dalam menentukan keberanian investor dalam mengalokasikan dana pada berbagai instrumen keuangan. Selain itu, Social Media Exposure juga terbukti memengaruhi perilaku investasi melalui mekanisme penyebaran informasi dan pengaruh sosial. Namun, masih terdapat beberapa research gap yang perlu dikaji lebih lanjut. Banyak penelitian terdahulu lebih berfokus pada investment intention dibandingkan keputusan investasi aktual, menggunakan responden dari kelompok tertentu seperti mahasiswa, atau menganalisis variabel secara terpisah tanpa mengintegrasikan ketiga faktor tersebut dalam satu model penelitian. Selain itu, penelitian yang secara khusus membahas Young Investors di Jakarta masih relatif terbatas meskipun wilayah ini merupakan pusat aktivitas pasar modal Indonesia. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Financial Literacy, Risk Perception, dan Social Media Exposure terhadap Investment Decisions pada Young Investors di Jakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur behavioral finance serta memberikan implikasi praktis dalam meningkatkan literasi keuangan, penggunaan media sosial secara bertanggung jawab, dan pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Investment Decision*

Investment decision mengacu pada proses individu dalam mengalokasikan sumber daya keuangan pada berbagai instrumen investasi dengan mempertimbangkan potensi keuntungan, tingkat risiko, dan tujuan keuangan pribadi. Dalam perspektif behavioral finance, Investment Decisions tidak hanya dipengaruhi oleh informasi keuangan yang objektif, tetapi juga oleh faktor psikologis, kognitif, dan sosial yang memengaruhi penilaian investor dalam kondisi ketidakpastian (Ibrahimov et al., 2023; Putu Shiely Komaha, I Dewa Made Endiana, Putu Diah Kumalasari, 2019; Riffianto & Suryani, 2017). Pada Young Investors, Investment Decisions sering dipengaruhi oleh keterbatasan pengalaman investasi, paparan informasi digital, serta pengaruh komunitas investasi online. Oleh karena itu, dalam penelitian ini Investment Decision digunakan sebagai variabel dependen yang diukur melalui kemampuan investor dalam mengevaluasi peluang investasi, memilih instrumen investasi yang sesuai, mempertimbangkan risiko, dan mengambil keputusan investasi secara rasional.

2.2 *Financial Literacy*

Financial Literacy mengacu pada kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, dan menerapkan pengetahuan keuangan secara efektif untuk menghasilkan keputusan keuangan yang tepat. Menurut OECD (2020), Financial Literacy mencakup kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku keuangan yang diperlukan untuk mencapai kesejahteraan finansial. Financial Literacy meliputi pemahaman mengenai pengelolaan anggaran, tabungan, investasi, diversifikasi, hubungan risiko dan return, inflasi, serta perencanaan keuangan (Ahmadi, 2023; Denura & Soekarno, 2023). Individu dengan tingkat Financial Literacy yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan lebih baik dalam mengevaluasi peluang investasi, memahami risiko pasar, dan mengelola portofolio secara efektif. Berdasarkan Human Capital Theory, pengetahuan keuangan merupakan bentuk investasi pada kapasitas individu yang meningkatkan kemampuan analitis dan kualitas pengambilan keputusan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa Financial Literacy berpengaruh positif terhadap perilaku investasi karena investor yang memiliki literasi keuangan lebih baik cenderung lebih percaya diri dalam mengevaluasi alternatif investasi (Ahmadi, 2023; Denura & Soekarno, 2023; Jaya et al., 2024). Dalam konteks Indonesia, peningkatan Financial Literacy menjadi isu penting karena meskipun akses terhadap platform investasi semakin mudah, sebagian Young Investors masih memiliki keterbatasan dalam memahami risiko investasi, diversifikasi portofolio, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat Financial Literacy, semakin baik kualitas Investment Decisions yang dilakukan oleh Young Investors.

2.3 *Risk Perception*

Risk Perception mengacu pada evaluasi subjektif individu terhadap ketidakpastian dan potensi kerugian yang berkaitan dengan suatu keputusan investasi. Berbeda dengan risiko keuangan objektif, Risk Perception menggambarkan bagaimana investor memahami dan merespons kondisi pasar yang tidak pasti berdasarkan pengetahuan, pengalaman, karakteristik kepribadian, dan faktor psikologis masing-masing (Monteiro & Bressan, 2021; Rungsisawat et al., 2019; Yildiz et al., 2023). Prospect Theory yang dikembangkan oleh Kahneman dan Tversky (1979) menjelaskan bahwa individu cenderung menilai kerugian dan keuntungan secara berbeda, di mana potensi kerugian memiliki dampak psikologis yang lebih besar dibandingkan keuntungan dengan nilai yang sama. Kondisi tersebut menyebabkan investor dapat menunjukkan perilaku yang terlalu menghindari risiko maupun terlalu berani mengambil risiko dalam situasi tertentu. Risk Perception memengaruhi berbagai aspek Investment Decisions, seperti pemilihan instrumen investasi, diversifikasi portofolio, waktu investasi, dan periode kepemilikan aset. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Risk Perception memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, karena persepsi risiko menentukan kesediaan individu dalam berinvestasi pada aset berisiko (Monteiro & Bressan, 2021; Voskobojnikov et al., 2020). Pada Young Investors, Risk Perception menjadi semakin penting karena keterbatasan pengalaman investasi dapat meningkatkan ketidakpastian dalam memahami informasi pasar, sehingga berperan sebagai mekanisme psikologis dalam membentuk Investment Decisions.

2.4 Social Media Exposure

Social Media Exposure mengacu pada tingkat keterpaparan individu dalam mengakses, mengonsumsi, berinteraksi, dan dipengaruhi oleh informasi keuangan yang tersedia melalui berbagai platform media sosial. Perkembangan teknologi komunikasi digital telah menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber utama bagi investor dalam memperoleh berita keuangan, edukasi investasi, analisis pasar, serta opini dari komunitas investor (Hussain & Alaya, 2024; Miller & Prondzinski, 2023). Platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, X (formerly Twitter), Telegram, Facebook, dan forum diskusi investasi menyediakan akses cepat terhadap berbagai konten keuangan yang berasal dari financial influencers, komunitas investasi, perusahaan sekuritas, maupun para ahli ekonomi. Berdasarkan Social Learning Theory yang dikembangkan oleh Bandura (1977), individu dapat mempelajari perilaku baru melalui proses observasi terhadap orang lain, sehingga Young Investors sering membentuk perilaku investasinya melalui pengamatan terhadap influencer keuangan maupun komunitas digital. Selain itu, Information Adoption Model menjelaskan bahwa individu cenderung menerima informasi digital apabila informasi tersebut dianggap bermanfaat, kredibel, dan relevan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa Social Media Exposure memiliki pengaruh terhadap perilaku investasi karena dapat meningkatkan pengetahuan keuangan sekaligus meningkatkan risiko herd behavior akibat penyebaran informasi yang tidak terverifikasi (Nisar et al., 2020). Meskipun memberikan manfaat edukatif, media sosial juga memiliki tantangan berupa misinformation, rekomendasi investasi spekulatif, dan fear of missing out (FOMO) yang dapat mendorong keputusan investasi yang tidak rasional, terutama pada investor dengan pengalaman terbatas. Oleh karena itu, pemahaman mengenai Social Media Exposure menjadi penting dalam menjelaskan pembentukan Investment Decisions pada era digital.

2.5 Pengembangan Hipotes

Financial Literacy memberikan investor kemampuan analitis yang diperlukan untuk mengevaluasi peluang investasi secara objektif. Investor dengan tingkat pengetahuan keuangan yang lebih baik cenderung mampu memahami produk investasi, menilai risiko keuangan, membandingkan potensi return, serta melakukan diversifikasi portofolio secara tepat. Oleh karena itu, investor dengan Financial Literacy yang tinggi lebih memungkinkan untuk menghasilkan Investment Decisions yang rasional berdasarkan analisis keuangan yang sistematis dibandingkan keputusan yang dipengaruhi oleh emosi. Berdasarkan Human Capital Theory, pengetahuan keuangan merupakan sumber daya penting yang dapat meningkatkan kemampuan individu dalam mengambil keputusan. Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa Financial Literacy memiliki hubungan positif dengan kualitas Investment Decision, di mana individu dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung memiliki kemampuan lebih tinggi dalam memilih alternatif investasi yang sesuai (Ahmadi, 2023; Denura & Soekarno, 2023; Wiquar et al., 2022). Oleh karena itu, hipotesis berikut dirumuskan: H1: Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Investment Decision pada Young Investors di Jakarta.

Risk Perception dan Social Media Exposure juga menjadi faktor penting dalam membentuk Investment Decision pada era digital. Aktivitas investasi selalu melibatkan ketidakpastian, sehingga investor perlu mengevaluasi keseimbangan antara potensi keuntungan dan kemungkinan kerugian sebelum mengambil keputusan. Berdasarkan Prospect Theory, persepsi individu terhadap risiko memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku pengambilan keputusan dalam kondisi tidak pasti, di mana investor dengan Risk Perception yang tinggi cenderung lebih berhati-hati, sedangkan investor dengan persepsi risiko yang lebih rendah lebih bersedia mengambil investasi berisiko (Farida et al., 2023; Restuputri et al., 2023). Selain itu, meningkatnya penggunaan media sosial menjadikan Social Media Exposure sebagai sumber utama informasi investasi bagi Young Investors. Melalui proses pembelajaran sosial dan pertukaran informasi digital, investor dapat memperoleh pengetahuan, membangun kepercayaan diri, serta membentuk perilaku investasi tertentu. Berdasarkan Social Learning Theory dan Information Adoption Theory, informasi yang dianggap bermanfaat dan kredibel dapat memengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi perilaku investasi. Namun, paparan media sosial juga dapat meningkatkan risiko herd behavior akibat informasi yang tidak terverifikasi. Oleh karena itu, hipotesis berikut dirumuskan:

H2: Persepsi Risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Investasi di kalangan Investor Muda di Jakarta.

H3: Paparan Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi di kalangan Investor Muda di Jakarta.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan quantitative research dengan desain explanatory research untuk menganalisis pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, dan Social Media Exposure terhadap Investment Decision pada Young Investors di Jakarta. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori behavioral finance. Populasi dalam penelitian ini adalah Young Investors yang berdomisili di Jakarta, berusia 18–35 tahun, serta memiliki pengalaman melakukan transaksi investasi pada instrumen keuangan seperti saham, reksa dana, obligasi, exchange-traded funds (ETFs), atau instrumen pasar modal lainnya. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu berdomisili di Jakarta, berusia 18–35 tahun, memiliki pengalaman investasi, aktif menggunakan media sosial, dan bersedia menjadi responden. Sebanyak 175 responden memenuhi kriteria penelitian dan digunakan dalam analisis.

Data penelitian menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebar secara online menggunakan Google Forms. Pengumpulan data secara digital dipilih karena karakteristik Young Investors yang memiliki keterikatan tinggi dengan teknologi dan platform komunikasi online. Instrumen penelitian terdiri dari dua bagian, yaitu karakteristik demografis responden dan pengukuran variabel penelitian menggunakan skala Likert lima poin (1 = Strongly Disagree hingga 5 = Strongly Agree). Variabel Financial Literacy diukur melalui indikator pemahaman produk investasi, perencanaan keuangan, diversifikasi, konsep risk-return, dan evaluasi investasi. Risk Perception diukur melalui persepsi risiko investasi,

ketidakpastian, kekhawatiran terhadap kerugian, kesadaran risiko, dan evaluasi risiko. Social Media Exposure diukur berdasarkan frekuensi paparan informasi, kegunaan informasi, kredibilitas sumber, interaksi dengan konten keuangan, dan pengaruh financial influencers. Sementara itu, Investment Decision diukur melalui kepercayaan dalam berinvestasi, perencanaan investasi, analisis investasi, konsistensi keputusan, dan kualitas keputusan investasi. Setiap konstruk terdiri dari lima indikator dengan total 20 item pengukuran.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics Version 25 melalui beberapa tahapan analisis statistik. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi data penelitian. Selanjutnya dilakukan uji validitas menggunakan Pearson Product-Moment Correlation dengan kriteria nilai corrected item-total correlation $> 0,30$ dan signifikansi $< 0,05$, serta uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan nilai $> 0,70$ sebagai indikator konsistensi internal instrumen. Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, penelitian ini juga melakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, dan Social Media Exposure terhadap Investment Decision dengan persamaan $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \varepsilon$. Selain itu, penelitian ini menggunakan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi Investment Decision, serta melakukan pengujian hipotesis melalui t-test untuk pengaruh parsial dan F-test untuk pengaruh simultan dengan tingkat signifikansi 5% ($p\text{-value} < 0,05$).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Sebanyak 175 kuesioner valid berhasil dikumpulkan dari Young Investors yang berdomisili di Jakarta dan digunakan dalam analisis statistik. Seluruh responden telah memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan, yaitu berusia 18–35 tahun, aktif melakukan investasi pada berbagai produk keuangan, serta menggunakan media sosial secara rutin sebagai sumber informasi investasi. Profil demografis responden menunjukkan bahwa responden laki-laki mendominasi dengan persentase 54,9%, sedangkan responden perempuan sebesar 45,1%. Sebagian besar responden berada pada rentang usia 23–27 tahun (38,9%), diikuti oleh kelompok usia 18–22 tahun (24,0%), yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan investor muda pada tahap awal perkembangan karier. Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar responden memiliki pendidikan Bachelor's Degree sebesar 56,0%, yang menunjukkan tingkat pendidikan relatif tinggi di kalangan Young Investors di Jakarta. Dari sisi pekerjaan, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta menjadi kelompok terbesar dengan persentase 46,3%, diikuti oleh mahasiswa sebesar 20,6% dan wirausaha sebesar 17,7%. Berdasarkan pengalaman investasi, mayoritas responden telah melakukan investasi selama 1–3 tahun (46,3%), yang menunjukkan tingkat pengalaman investasi yang cukup memadai. Sementara itu, saham menjadi instrumen investasi yang paling banyak dipilih oleh responden (45,1%), diikuti oleh reksa dana (27,4%), yang menunjukkan bahwa instrumen berbasis pasar modal masih menjadi pilihan utama bagi Young Investors di Jakarta.

4.2 Descriptive Statistics

Tabel 1. Descriptive Statistics

Variable	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
Financial Literacy	2.20	5.00	4.184	0.526
Risk Perception	2.40	5.00	4.051	0.573
Social Media Exposure	2.00	5.00	4.236	0.542
Investment Decision	2.40	5.00	4.193	0.551

Statistik deskriptif menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mencatat skor rata-rata melebihi 4,00, yang mengindikasikan persepsi yang secara umum positif di kalangan responden. Paparan media sosial mencatat nilai rata-rata tertinggi (4,236), yang menunjukkan bahwa responden sering mengandalkan platform digital untuk memperoleh informasi terkait investasi. Literasi keuangan juga mencatat nilai rata-rata yang relatif tinggi (4,184), yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap diri mereka memiliki pengetahuan keuangan yang memadai. Keputusan investasi mencatat skor rata-rata sebesar 4,193, yang mencerminkan perilaku investasi yang relatif percaya diri dan rasional di kalangan investor muda. Simpangan baku berkisar antara 0,52 dan 0,57, yang menunjukkan jawaban yang relatif homogen di antara para responden.

4.3 Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variable	Number of Items	Correlation Range	Sig.	Result
Financial Literacy	5	0.621–0.846	0.000	Valid
Risk Perception	5	0.608–0.831	0.000	Valid
Social Media Exposure	5	0.642–0.861	0.000	Valid
Investment Decision	5	0.655–0.879	0.000	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memenuhi kriteria validitas instrumen. Berdasarkan Tabel 2, variabel Financial Literacy yang terdiri dari lima item memiliki nilai korelasi antara 0,621–0,846 dengan tingkat signifikansi 0,000, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Variabel Risk Perception juga menunjukkan hasil yang valid dengan rentang nilai korelasi 0,608–0,831 dan nilai signifikansi 0,000. Selanjutnya, variabel Social Media Exposure memiliki nilai korelasi antara 0,642–0,861 dengan signifikansi 0,000, sedangkan variabel Investment Decision menunjukkan nilai korelasi antara 0,655–0,879 dengan signifikansi 0,000. Seluruh nilai korelasi berada di atas batas minimum yang dipersyaratkan, sehingga setiap item pernyataan mampu mengukur konstruk yang diteliti secara tepat dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.4 Reliability Test

Table 3. Reliability Test

Variable	Cronbach's Alpha	Result
Financial Literacy	0.872	Reliable
Risk Perception	0.856	Reliable
Social Media Exposure	0.881	Reliable
Investment Decision	0.894	Reliable

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Variabel Financial Literacy memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,872, variabel Risk Perception sebesar 0,856, variabel Social Media Exposure sebesar 0,881, dan variabel Investment Decision sebesar 0,894. Seluruh nilai Cronbach's Alpha berada di atas

batas minimum 0,70, sehingga seluruh konstruk dinyatakan reliable dan menunjukkan bahwa setiap item pengukuran memiliki konsistensi yang memadai dalam mengukur variabel penelitian.

4.5 Classical Assumption Tests

4.5.1 Normality Test

Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 dengan nilai statistik uji sebesar 0,062 pada jumlah sampel sebanyak 175 responden. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari batas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

4.5.2 Multicollinearity Test

Table 4. Multicollinearity Test

Variable	Tolerance	VIF
Financial Literacy	0.683	1.464
Risk Perception	0.655	1.527
Social Media Exposure	0.701	1.427

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen tidak mengalami masalah multikolinearitas. Variabel Financial Literacy memiliki nilai Tolerance sebesar 0,683 dan VIF sebesar 1,464, variabel Risk Perception memiliki nilai Tolerance sebesar 0,655 dan VIF sebesar 1,527, sedangkan variabel Social Media Exposure memiliki nilai Tolerance sebesar 0,701 dan VIF sebesar 1,427. Seluruh nilai Tolerance berada di atas 0,10 dan nilai VIF berada di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi tinggi antarvariabel independen dalam model regresi.

4.5.3 Heteroscedasticity Test

Table 5. Glejser Test

Variable	Sig.
Financial Literacy	0.621
Risk Perception	0.554
Social Media Exposure	0.711

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Glejser Test pada Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Variabel Financial Literacy memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,621, variabel Risk Perception sebesar 0,554, dan variabel Social Media Exposure sebesar 0,711. Karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari batas kritis 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian, variabel independen dalam penelitian ini memiliki varians residual yang konstan dan model regresi memenuhi salah satu asumsi klasik yang diperlukan untuk analisis lebih lanjut.

4.6 Multiple Linear Regression Analysis

Table 6. Multiple Linear Regression

Variable	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	0.812	0.421	—	1.928	0.056
Financial Literacy	0.348	0.063	0.352	5.524	0.000
Risk Perception	0.271	0.058	0.291	4.673	0.000

Social Media Exposure	0.389	0.061	0.401	6.377	0.000
-----------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah $\text{Investment Decision} = 0,812 + 0,348(\text{Financial Literacy}) + 0,271(\text{Risk Perception}) + 0,389(\text{Social Media Exposure})$. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap Investment Decision. Variabel Social Media Exposure memiliki nilai koefisien standar terbesar ($\beta = 0,401$), yang menunjukkan bahwa variabel tersebut merupakan prediktor paling dominan dalam menjelaskan Investment Decision pada Young Investors di Jakarta. Selanjutnya, hasil uji parsial (t-test) menunjukkan bahwa Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Investment Decision dengan nilai $\beta = 0,352$, $t = 5,524$, dan signifikansi 0,000. Risk Perception juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Investment Decision dengan nilai $\beta = 0,291$, $t = 4,673$, dan signifikansi 0,000. Sementara itu, Social Media Exposure menunjukkan pengaruh positif dan signifikan paling kuat dengan nilai $\beta = 0,401$, $t = 6,377$, dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian (H1, H2, dan H3) dinyatakan diterima karena seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi $< 0,05$.

Hasil uji simultan (F-test) menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai F sebesar 99,821 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Financial Literacy, Risk Perception, dan Social Media Exposure secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Investment Decision pada Young Investors di Jakarta. Selanjutnya, hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,637 dan Adjusted R^2 sebesar 0,631, yang berarti bahwa variabel Financial Literacy, Risk Perception, dan Social Media Exposure mampu menjelaskan sebesar 63,7% variasi Investment Decision. Sementara itu, sebesar 36,3% variasi lainnya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti financial self-efficacy, pengalaman investasi, karakteristik kepribadian, behavioral biases, tingkat pendapatan, maupun kondisi ekonomi makro. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup kuat dalam menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi Investment Decision pada Young Investors di Jakarta.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, Financial Literacy terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Investment Decision, sehingga mendukung hipotesis pertama (H1). Temuan ini menunjukkan bahwa Young Investors dengan tingkat Financial Literacy yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengevaluasi alternatif investasi, memahami hubungan antara risiko dan return, serta menyusun strategi investasi secara lebih sistematis. Hasil ini sejalan dengan Human Capital Theory yang menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan merupakan aset penting yang dapat meningkatkan kemampuan analitis individu dalam mengambil keputusan. Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian (Ahmadi, 2023; Denura & Soekarno, 2023; Murhadi et al., 2023) yang menyatakan bahwa individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih aktif berpartisipasi dalam pasar keuangan dan menghasilkan keputusan investasi yang lebih rasional. Dalam konteks Jakarta yang memiliki ekosistem investasi digital dan pasar modal yang semakin berkembang, Financial Literacy menjadi faktor penting bagi Young Investors untuk membedakan peluang investasi yang kredibel dari investasi spekulatif maupun berisiko tinggi.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa Risk Perception memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Investment Decision, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa bagaimana investor memahami dan mengevaluasi ketidakpastian serta potensi kerugian memiliki peran penting dalam menentukan keputusan investasi. Young Investors yang memiliki kesadaran risiko lebih baik cenderung melakukan analisis lebih mendalam sebelum memilih instrumen investasi dan tidak hanya berorientasi pada potensi keuntungan jangka pendek. Hasil ini mendukung Prospect Theory yang dikembangkan oleh Kahneman dan Tversky (1979), yang menjelaskan bahwa individu cenderung memberikan perhatian lebih besar terhadap kemungkinan kerugian dibandingkan keuntungan dengan nilai yang sama dalam kondisi ketidakpastian. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian (Yildiz et al., 2023; Zeng et al., 2023) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko merupakan salah satu faktor utama dalam membentuk perilaku investasi. Dengan demikian, Risk Perception yang tepat dapat membantu Young Investors menciptakan keputusan investasi yang lebih seimbang antara peluang return dan tingkat risiko yang harus ditanggung.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Social Media Exposure memiliki pengaruh positif dan signifikan paling kuat terhadap Investment Decision, sehingga mendukung hipotesis ketiga (H3). Temuan ini menggambarkan bahwa media sosial telah menjadi sumber informasi investasi yang sangat dominan bagi Young Investors di era digital. Paparan terhadap konten investasi melalui berbagai platform digital memungkinkan investor memperoleh informasi mengenai perkembangan pasar, edukasi keuangan, opini ahli, serta pengalaman dari komunitas investasi secara lebih cepat dibandingkan sumber informasi konvensional. Hasil ini mendukung Social Learning Theory dari Bandura (1977), yang menjelaskan bahwa individu dapat membentuk perilaku melalui proses observasi dan interaksi dengan lingkungan sosial. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan Information Adoption Model, yang menjelaskan bahwa individu lebih cenderung mengadopsi informasi apabila informasi tersebut dianggap relevan, bermanfaat, dan memiliki kredibilitas. Namun demikian, kuatnya pengaruh Social Media Exposure juga menunjukkan pentingnya kemampuan kritis investor dalam mengevaluasi kualitas informasi agar tidak terpengaruh oleh misinformation, herd behavior, maupun keputusan investasi yang didasarkan pada emosi semata. Secara keseluruhan, pengaruh simultan ketiga variabel menunjukkan bahwa Financial Literacy, Risk Perception, dan Social Media Exposure mampu menjelaskan 63,7% variasi Investment Decision, yang menegaskan bahwa perilaku investasi Young Investors merupakan hasil interaksi antara kemampuan kognitif, evaluasi psikologis, dan lingkungan informasi digital. Faktor lain seperti financial self-efficacy, overconfidence, pengalaman investasi, karakteristik kepribadian, tingkat pendapatan, adopsi financial technology, dan kondisi ekonomi makro masih berpotensi memengaruhi Investment Decision di luar model penelitian ini. Temuan ini memperkuat perspektif behavioral finance bahwa keputusan investasi yang rasional tidak hanya terbentuk dari informasi keuangan, tetapi juga dari persepsi individu dan dinamika informasi dalam ekosistem digital.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Financial Literacy, Risk Perception, dan Social Media Exposure memiliki peran penting dalam membentuk Investment Decision pada Young Investors di Jakarta. Financial Literacy terbukti berpengaruh positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa investor dengan pengetahuan keuangan yang lebih baik memiliki kemampuan lebih tinggi dalam memahami produk investasi, mengevaluasi hubungan risiko dan return, serta menentukan

alternatif investasi secara rasional. Risk Perception juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa kemampuan investor dalam memahami ketidakpastian, volatilitas, dan potensi kerugian menjadi faktor penting dalam memilih instrumen investasi yang sesuai dengan kapasitas serta toleransi risiko. Selain itu, Social Media Exposure menjadi faktor dengan pengaruh paling dominan terhadap Investment Decision, yang mencerminkan kuatnya peran platform digital dalam menyediakan informasi investasi, edukasi keuangan, dan pengaruh sosial bagi Young Investors. Namun, tingginya pengaruh media sosial juga perlu diimbangi dengan kemampuan evaluasi kritis untuk menghindari misinformation, speculative behavior, dan herd behavior. Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 63,7% variasi Investment Decision, sehingga menunjukkan bahwa keputusan investasi Young Investors dipengaruhi oleh kombinasi faktor kognitif, psikologis, dan informasi digital. Oleh karena itu, regulator, lembaga keuangan, institusi pendidikan, dan penyedia layanan investasi perlu memperkuat program Financial Literacy, meningkatkan pemahaman mengenai risiko investasi, serta menyediakan sumber informasi keuangan digital yang kredibel guna mendorong perilaku investasi yang lebih rasional, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, H. (2023). Is Cryptocurrency Risky as An Investment Instrument? Analysis of Return and Risk with A Comparison of Sharia Stocks. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 8(1), 40. <https://doi.org/10.30659/ijibe.8.1.40-53>
- Altawalbeh, M., & Alhajaya, M. (2019). The investors reaction to the disclosure of key audit matters: empirical evidence from Jordan. In *International Business Research*. researchgate.net.
- Arini, R. E., & Iskandar, Y. (2022). The Effect of Benchmark, Money Raised, Market Value, and Magnitude of Underpricing Towards Abnormal Return Shares on the Long-Term Performance of Initial Public Offerings in Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)*, 207(Icemac 2021), 142–151. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220204.016>
- Chandra, P. K., Pangkey, L. B., & Soetanto, T. V. (2023). Young Adults' Investment Decisions in Surabaya: The Influence of Financial Literacy and Risk Perception. *International Journal of Organizational Behavior and Policy*, 2(2), 87–96.
- Denura, S. C., & Soekarno, S. (2023). A Study on Behavioural Bias & Investment Decision from Perspective of Indonesia's Cryptocurrency Investors. *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(01), 535–548. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v6-i1-58>
- Farida, Y. N., Matin, C. A., Suyono, E., Suparlinah, I., & Wiratno, A. (2023). Factors Influencing the Behavior of Young Investors' Investment Decisions: the Emerging Market Analysis. *Corporate and Business Strategy Review*, 4(2), 280–288.
- Hussain, S. M., & Alaya, A. (2024). Investor response to financial news in the digital transformation era: the impact of accounting disclosures and herding behavior as indirect effect. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 22(2), 254–273.
- Ibrahimov, Z., Hajiyeva, S., Seyfullayev, I., Mehdiyev, U., & Aliyeva, Z. (2023). The impact of infrastructure investments on the country's economic growth. *Problems and Perspectives in Management*, 21(2), 415–425. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(2\).2023.39](https://doi.org/10.21511/ppm.21(2).2023.39)
- Jaya, A., Haanurat, A., & Nurlina, A. H. (2024). *The Impact of Financial Literacy and Investor Behavior on Investment Decision Making in the Capital Market*.
- Miller, M., & Prondzinski, D. (2023). Cryptocurrency Digital Assets: Evidence of the Emergence of Cryptocurrency Securities Markets as an Investment Asset Class, 2018-2023. *Journal of Accounting and Finance*, 23(2 SE-Articles). <https://doi.org/10.33423/jaf.v23i2.6090>
- Modjo, M. I., & Santoso, F. (2022). Overconfidence Educated Young Males: A Study on Cryptocurrency Investors in Indonesia. *2022 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 630–633.
- Monteiro, B. A., & Bressan, A. A. (2021). Framing effects of information on investment risk perception. *Revista Contabilidade & Finanças*, 32, 285–300.
- Murhadi, W. R., Kencanasari, F. R., & Sutejo, B. S. (2023). The Influence of Financial Literacy and Financial

- Interest on The Financial risk Tolerance of Investor in Indonesia. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(2), 1–16.
- Putu Shiely Komaha, I Dewa Made Endiana, Putu Diah Kumalasari, N. M. R. (2019). Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, keputusan investasi dan keputusan pendanaan terhadap nilai perusahaan. *PENGARUH PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, LIKUIDITAS, KEPUTUSAN INVESTASI DAN KEPUTUSAN PENDANAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*, 2013, 40–50.
- Restuputri, D. P., Refoera, F. B., & Masudin, I. (2023). Investigating Acceptance of Digital Asset and Crypto Investment Applications Based on the Use of Technology Model (UTAUT2). In *FinTech* (Vol. 2, Issue 3, pp. 388–413). <https://doi.org/10.3390/fintech2030022>
- Riffianto, A. S., & Suryani, T. (2017). *Kapabilitas keuangan usaha kecil dan menengah penghasil produk unggulan*. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.722>
- Rungsrisawat, S., Sriyakul, T., & Jernsittiparsert, K. (2019). The era of e-commerce & online marketing: Risks associated with online shopping. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 8(8), 201–221.
- Voskoboynikov, A., Obada-Obieh, B., Huang, Y., & Beznosov, K. (2020). Surviving the cryptojungle: Perception and management of risk among North American cryptocurrency (non) users. *International Conference on Financial Cryptography and Data Security*, 595–614.
- Wiquar, M. R., Wiquar, M. S., & Burney, T. (2022). Tax literacy and the role of financial knowledge: A study of government initiatives and individual investors from Delhi NCR. *EPRA International Journal of Economic and Business Review (JEER)*, 10(5), 6–11.
- Yildiz, H., Tahali, S., & Trichina, E. (2023). The adoption of the green label by SMEs in the hotel sector: a leverage for reassuring their customers. *Journal of Enterprise Information Management*. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2023-0160>
- Zeng, Z., Zhong, W., & Naz, S. (2023). Can environmental knowledge and risk perception make a difference? The role of environmental concern and pro-environmental behavior in fostering sustainable consumption behavior. *Sustainability*, 15(6), 4791.