



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 14868-14877

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Digital Banking dan Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Investasi Generasi Z di Indonesia

Lintang Maritza Basari Putri, Agus Wawan Setiawan, Harry Ariandi Sepnadi, Icha Mustika Wahyudi, Silvi Rosyanti, Yoyo Sudaryo, Eko Djoko Prabowo

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Membangun

lintangmaritza@student.inaba.ac.id, agus.wawan@student.inaba.ac.id, harryapriandi@student.inaba.ac.id,

ichamustika@student.inaba.ac.id, silvirosyanti@student.inaba.ac.id, yoyo.sudaryo@inaba.ac.id,

eko.djoko.prabowo@corp.bri.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh digital banking dan literasi keuangan digital terhadap minat investasi Generasi Z di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori melalui survei terhadap 30 responden Generasi Z yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta regresi linear berganda. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pesatnya perkembangan teknologi digital yang mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis digital, termasuk aktivitas investasi. Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh di era digital memiliki akses yang lebih mudah terhadap berbagai layanan perbankan dan platform investasi sehingga perlu dikaji faktor-faktor yang memengaruhi minat investasinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi dengan nilai signifikansi 0,027 ($<0,05$). Sebaliknya, literasi keuangan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi dengan nilai signifikansi 0,295 ($>0,05$). Namun, secara simultan kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap minat investasi dengan nilai signifikansi 0,001 dan mampu menjelaskan 41,0% variasi minat investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan digital banking yang didukung edukasi keuangan digital dapat menjadi strategi dalam meningkatkan minat investasi Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian mengenai perilaku investasi generasi muda serta menjadi referensi bagi perbankan, penyedia layanan keuangan digital, dan regulator dalam merumuskan kebijakan yang mendukung peningkatan partisipasi investasi di Indonesia.

Kata kunci: Digital Banking, Literasi Keuangan Digital, Minat Investasi

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan yang signifikan pada sektor perbankan dan lembaga keuangan. Digitalisasi layanan keuangan mengubah cara masyarakat melakukan transaksi, menabung, dan berinvestasi melalui layanan yang lebih cepat, praktis, aman, dan efisien (Bank Indonesia, 2023; Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Kehadiran digital banking memungkinkan nasabah mengakses berbagai produk keuangan tanpa harus mengunjungi kantor cabang, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan inklusi keuangan di Indonesia (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Sejalan dengan perkembangan tersebut, jumlah investor individu di pasar modal Indonesia terus meningkat, terutama dari kalangan Generasi Z (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2024). Kelompok yang lahir pada periode 1997–2012 ini tumbuh dalam lingkungan yang erat dengan internet dan teknologi digital sehingga memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap pemanfaatan aplikasi keuangan (Prensky, 2001). Kemudahan pembukaan rekening investasi secara daring, transaksi melalui aplikasi seluler, serta tersedianya berbagai platform investasi menjadi faktor yang mendorong meningkatnya partisipasi Generasi Z dalam kegiatan investasi (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2024). Namun, kemudahan akses terhadap layanan digital tidak selalu diiringi dengan kemampuan memahami produk dan risiko keuangan. Oleh karena itu, literasi keuangan digital menjadi faktor penting dalam mendukung pengambilan keputusan investasi yang tepat (OECD, 2023). Individu dengan tingkat literasi keuangan digital yang baik cenderung lebih mampu memahami karakteristik produk investasi, mengelola risiko, membedakan investasi legal dan ilegal, serta memanfaatkan layanan keuangan digital secara

bertanggung jawab (Lusardi & Mitchell, 2014). Sebaliknya, rendahnya tingkat literasi dapat meningkatkan risiko kesalahan pengambilan keputusan akibat informasi yang menyesatkan maupun praktik investasi yang tidak sah (Otoritas Jasa Keuangan, 2022)

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan keuangan digital dan keputusan investasi (Lusardi & Mitchell, 2014; OECD, 2023). Selain itu, kemudahan penggunaan layanan digital banking juga terbukti meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap layanan keuangan modern (Davis, 1989). Meskipun demikian, beberapa penelitian menemukan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi belum menunjukkan hasil yang konsisten (Morgan & Trinh, 2020). Kondisi tersebut mengindikasikan perlunya penelitian lanjutan yang mengkaji pengaruh digital banking dan literasi keuangan digital secara simultan dalam satu model penelitian.

Dalam perspektif analisis investasi pada bank dan lembaga keuangan, digital banking tidak hanya berperan sebagai sarana transaksi, tetapi juga memfasilitasi akses masyarakat terhadap berbagai produk investasi, seperti pembukaan rekening efek, pembelian reksa dana, obligasi, dan instrumen investasi lainnya (Bank Indonesia, 2023). Semakin baik kualitas layanan digital banking yang dirasakan pengguna, semakin besar peluang meningkatnya minat untuk berinvestasi (Davis, 1989). Di sisi lain, tingkat literasi keuangan digital yang tinggi diperkirakan dapat meningkatkan kepercayaan diri Generasi Z dalam mengambil keputusan investasi secara rasional dan terinformasi (Lusardi & Mitchell, 2014).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai "Pengaruh Digital Banking dan Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Investasi Generasi Z di Indonesia" penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana kedua variabel tersebut mempengaruhi minat investasi Generasi Z. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah di bidang investasi, perbankan digital, dan perilaku keuangan, serta menjadi referensi bagi industri perbankan, regulator, dan lembaga pendidikan dalam merumuskan strategi peningkatan literasi keuangan dan partisipasi investasi di kalangan generasi muda.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** dengan desain **eksplanatori (explanatory research)** untuk menganalisis pengaruh **digital banking (X₁)** dan **literasi keuangan digital (X₂)** terhadap **minat investasi Generasi Z (Y)**. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarluaskan secara daring melalui Google Forms kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan **purposive sampling**, dengan kriteria responden yaitu Generasi Z berusia 17–27 tahun, berdomisili di Indonesia, pernah atau sedang menggunakan layanan digital banking, memiliki pengetahuan mengenai investasi, serta bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Pengukuran seluruh variabel dilakukan menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Operasional Variabel

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Kode	Indikator	Deskripsi
Digital Banking	X ₁	Kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, kecepatan layanan, kemudahan akses, kelengkapan fitur	Tingkat pemanfaatan layanan perbankan berbasis digital oleh responden
Literasi Keuangan Digital	X ₂	Pengetahuan keuangan digital, kemampuan menggunakan layanan keuangan digital, pemahaman risiko digital, kemampuan mengambil keputusan keuangan	Kemampuan individu dalam memahami dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara efektif
Minat Investasi	Y	Ketertarikan berinvestasi, keinginan mencari informasi investasi, kesiapan berinvestasi, niat melakukan investasi	Tingkat kecenderungan responden untuk melakukan investasi

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan pengujian statistik yang meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antarvariabel penelitian.

Tabel 2. Ringkasan Teknik Analisis Data

Jenis Uji	Tujuan	Kriteria
Uji Validitas	Mengetahui ketepatan instrumen penelitian	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$
Uji Reliabilitas	Mengetahui konsistensi instrumen penelitian	Cronbach's Alpha $> 0,60$
Uji Normalitas	Mengetahui distribusi data	Sig. $> 0,05$
Uji Multikolinearitas	Mengetahui hubungan antar variabel bebas	Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10
Uji Heteroskedastisitas	Mengetahui kesamaan varians residual	Sig. $> 0,05$
Analisis Regresi Linear Berganda	Menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen	Model regresi memenuhi asumsi klasik

Apabila seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel serta data memenuhi asumsi klasik, maka model regresi linear berganda dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh digital banking dan literasi keuangan digital terhadap minat investasi Generasi Z.

Model Analisis

Analisis penelitian dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat Investasi Generasi Z
- X_1 = Digital Banking
- X_2 = Literasi Keuangan Digital
- a = Konstanta
- b_1, b_2 = Koefisien regresi
- e = Error

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Digital banking berpengaruh positif terhadap minat investasi Generasi Z.

H2: Literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap minat investasi Generasi Z.

H3: Digital banking dan literasi keuangan digital secara simultan berpengaruh positif terhadap minat investasi Generasi Z.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji statistik sebagai berikut.

Tabel 3. Kriteria Pengujian Hipotesis

Uji	Tujuan	Kriteria
Uji t	Menguji pengaruh parsial masing-masing variabel independen	Sig. < 0,05
Uji F	Menguji pengaruh simultan variabel independen	Sig. < 0,05
Koefisien Determinasi (R ²)	Mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen	Nilai 0–1

Penegasan Metodologis

Model penelitian dinyatakan layak digunakan apabila instrumen penelitian memenuhi kriteria valid dan reliabel serta data memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk menguji pengaruh digital banking dan literasi keuangan digital terhadap minat investasi Generasi Z, baik secara parsial maupun simultan.

3. Hasil dan Diskusi

Uji Validitas Variabel Digital Banking (X1)

Tabel 4 Uji Validitas X1

Digital Banking

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,813	0,361	Valid
X1.2	0,569	0,361	Valid
X1.3	0,762	0,361	Valid
X1.4	0,600	0,361	Valid
X1.5	0,636	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Digital Banking (X1), yaitu X1.1 sampai dengan X1.5, memiliki nilai **r hitung** yang lebih besar daripada **r tabel** sebesar 0,361. Nilai r hitung masing-masing item berturut-turut sebesar 0,813; 0,569; 0,762; 0,600; dan 0,636. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk Digital Banking secara tepat dan memiliki hubungan yang kuat dengan skor total variabel. Nilai korelasi tertinggi terdapat pada indikator X1.1 sebesar 0,813, yang menunjukkan bahwa indikator tersebut merupakan representasi yang paling kuat dalam mengukur persepsi responden mengenai Digital Banking. Sementara itu, indikator X1.2 memiliki nilai korelasi paling rendah yaitu 0,569, namun masih berada di atas batas minimal sehingga tetap dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel Digital Banking layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Digital (X2)

Tabel 5 Uji Validitas X2

Literasi Keuangan Digital

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,755	0,361	Valid
X2.2	0,825	0,361	Valid
X2.3	0,888	0,361	Valid
X2.4	0,784	0,361	Valid
X2.5	0,857	0,361	Valid

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11490>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Hasil uji validitas pada Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan variabel Literasi Keuangan Digital memiliki nilai r hitung antara 0,755 sampai 0,888. Seluruh nilai tersebut berada di atas nilai r tabel (0,361), sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Nilai validitas yang tinggi menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan mampu menggambarkan tingkat literasi keuangan digital responden secara baik. Indikator X2.3 memiliki nilai korelasi tertinggi sebesar 0,888, sehingga menjadi indikator yang paling dominan dalam menjelaskan variabel Literasi Keuangan Digital. Hasil ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan telah mampu mengukur kemampuan responden dalam memahami dan memanfaatkan informasi keuangan berbasis digital secara akurat.

c. Uji Validitas Variabel Minat Investasi (Y)

Tabel 6 Uji Validitas Y

Minat Investasi

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0,895	0,361	Valid
Y2	0,861	0,361	Valid
Y3	0,768	0,361	Valid
Y4	0,822	0,361	Valid
Y5	0,739	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa seluruh item pada variabel Minat Investasi memiliki nilai r hitung berkisar antara 0,739 hingga 0,895. Seluruh nilai tersebut lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,361.

Nilai validitas tertinggi diperoleh indikator Y1 sebesar 0,895, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator Y5 sebesar 0,739. Meskipun demikian, seluruh indikator tetap memenuhi kriteria validitas. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan mampu menggambarkan minat responden dalam melakukan investasi secara konsisten dan sesuai dengan konsep yang diukur.

d. Uji Reliabilitas

Tabel 7 Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.695	5

Tabel 8 Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.880	5

Tabel 9 Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.868	5

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimal 0,60. Variabel Digital Banking memperoleh nilai sebesar 0,695, Literasi Keuangan Digital sebesar 0,880, dan Minat Investasi sebesar 0,868.

Nilai Cronbach's Alpha pada variabel Literasi Keuangan Digital dan Minat Investasi berada di atas 0,80 sehingga termasuk kategori reliabilitas sangat baik. Sementara itu, variabel Digital Banking memiliki nilai sebesar 0,695 yang termasuk kategori reliabel. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik sehingga dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data. Instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa apabila penelitian dilakukan kembali pada kondisi yang relatif sama, maka akan menghasilkan data yang konsisten.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 10 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.86079492
Most Extreme Differences	Absolute	.158
	Positive	.118
	Negative	-.158
Test Statistic		.158
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Hasil pengujian normalitas menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,054. Nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05, sehingga residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Terpenuhinya asumsi normalitas menunjukkan bahwa model regresi memenuhi salah satu syarat dalam analisis regresi linear berganda. Distribusi residual yang normal menyebabkan estimasi parameter regresi menjadi lebih akurat sehingga hasil pengujian hipotesis dapat dipercaya.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 11 Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Digital Banking	0,535	1,869
Literasi Keuangan Digital	0,535	1,869

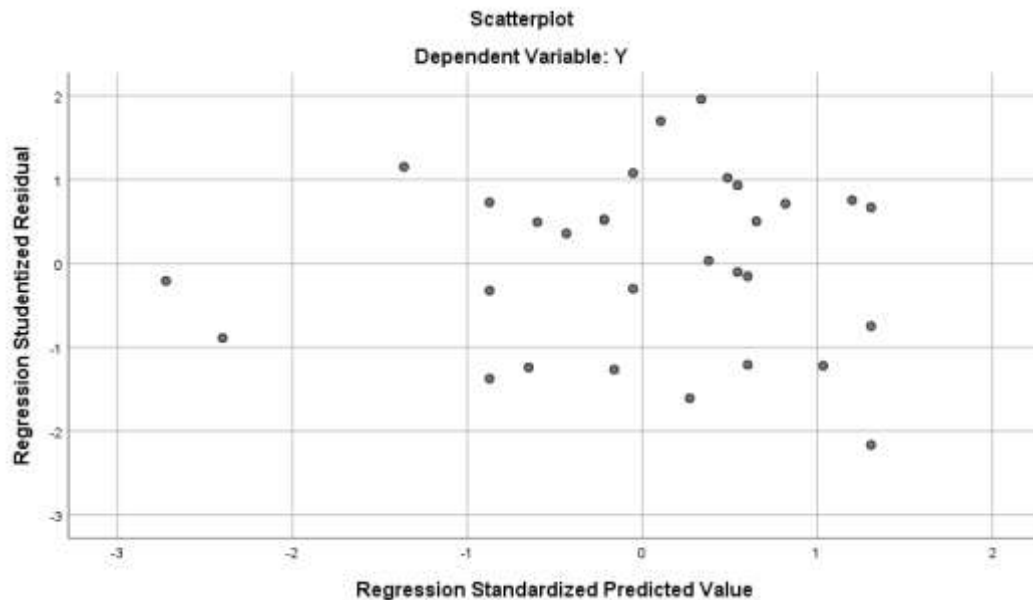
Berdasarkan hasil pengujian, variabel Digital Banking dan Literasi Keuangan Digital memiliki nilai Tolerance sebesar 0,535 ($>0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,869 (<10).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa antarvariabel independen tidak terjadi korelasi yang tinggi atau tidak terdapat gejala multikolinearitas. Artinya, masing-masing variabel bebas memiliki kemampuan menjelaskan variabel

dependen secara independen tanpa saling mengganggu, sehingga model regresi memenuhi asumsi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Table 12 Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik Scatterplot terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, baik pola mengerucut, melebar maupun bergelombang.

Penyebaran titik yang acak menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas). Dengan demikian, model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas sehingga layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 13 Persamaan Regresi

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.405	4.562		.089	.930		
	Digital Banking	.651	.279	.473	2.339	.027	.535	1.869
	Literasi Keuangan	.257	.240	.216	1.068	.295	.535	1.869
a. Dependent Variable: Minat Investasi								

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Hasil analisis regresi menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,405 + 0,651X_1 + 0,257X_2 + e$$

Konstanta sebesar 0,405 menunjukkan bahwa apabila Digital Banking dan Literasi Keuangan Digital bernilai nol, maka Minat Investasi memiliki nilai dasar sebesar 0,405.

Koefisien regresi Digital Banking sebesar 0,651 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Digital Banking akan meningkatkan Minat Investasi sebesar 0,651 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa hubungan antara Digital Banking dan Minat Investasi bersifat searah, sehingga semakin baik penerapan layanan digital banking maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk berinvestasi.

Sementara itu, koefisien Literasi Keuangan Digital sebesar 0,257 menunjukkan adanya hubungan positif terhadap Minat Investasi. Namun demikian, besarnya pengaruh tersebut relatif lebih kecil dibandingkan variabel Digital Banking.

Koefisien Determinasi

Nilai R Square sebesar 0,410 menunjukkan bahwa Digital Banking dan Literasi Keuangan Digital secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Minat Investasi sebesar 41,0%.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan perubahan Minat Investasi berada pada kategori sedang. Sementara itu, sebesar 59,0% variasi Minat Investasi dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti pendapatan, persepsi risiko investasi, tingkat pendidikan, pengalaman investasi, kemudahan penggunaan aplikasi investasi, motivasi pribadi, maupun faktor sosial ekonomi lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Uji Hipotesis

a. Pengaruh Digital Banking terhadap Minat Investasi

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Digital Banking memiliki nilai signifikansi sebesar 0,027 ($<0,05$). Dengan demikian, H_1 diterima yang berarti Digital Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik layanan digital banking yang dirasakan responden, semakin tinggi pula minat mereka untuk melakukan investasi. Kemudahan transaksi, kecepatan layanan, keamanan sistem, serta kemudahan akses informasi melalui layanan digital perbankan mendorong masyarakat untuk lebih percaya diri dalam melakukan aktivitas investasi. Perkembangan teknologi digital telah mempermudah proses transfer dana, pembukaan rekening investasi, hingga pemantauan portofolio investasi secara real time sehingga meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk berinvestasi.

Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan perbankan memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di sektor investasi.

b. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Investasi

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital memiliki nilai signifikansi sebesar 0,295 ($>0,05$). Dengan demikian, H_2 ditolak sehingga Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman responden mengenai keuangan digital belum mampu mendorong peningkatan minat investasi secara langsung. Kondisi ini dapat terjadi karena keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti tingkat pendapatan, toleransi risiko, kondisi ekonomi, pengalaman investasi, maupun rasa percaya terhadap platform investasi.

Selain itu, sebagian responden mungkin telah memiliki pemahaman mengenai layanan keuangan digital, tetapi belum memiliki kemampuan finansial atau keberanian untuk mengalokasikan dana ke dalam instrumen investasi. Oleh karena itu, literasi keuangan digital belum menjadi faktor dominan yang memengaruhi minat investasi dalam penelitian ini.

c. Pengaruh Digital Banking dan Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Investasi

Hasil uji simultan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($<0,05$). Dengan demikian, H_3 diterima, yang berarti Digital Banking dan Literasi Keuangan Digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi.

Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kemudahan akses layanan digital banking dan tingkat literasi keuangan digital mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat investasi masyarakat. Meskipun secara parsial Literasi Keuangan Digital belum memberikan pengaruh yang signifikan, keberadaannya tetap memberikan kontribusi ketika dikombinasikan dengan Digital Banking dalam menjelaskan variasi Minat Investasi.

Dengan demikian, model penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan digital banking yang didukung dengan peningkatan literasi keuangan digital secara bersama-sama dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi. Namun demikian, mengingat nilai koefisien determinasi hanya sebesar 41%, masih terdapat faktor-faktor lain di luar penelitian yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap minat investasi sehingga perlu dikaji pada penelitian selanjutnya

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa **Digital Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z**, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan digital banking, seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, keamanan, dan kelengkapan fitur, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk melakukan investasi. Digital banking menjadi faktor yang mampu mempermudah aktivitas keuangan dan meningkatkan kepercayaan pengguna dalam berinvestasi melalui platform digital. Selanjutnya, **Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z**, sehingga hipotesis kedua (H_2) ditolak. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman responden mengenai keuangan digital belum mampu secara langsung meningkatkan minat investasi. Keputusan untuk berinvestasi diduga masih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti tingkat pendapatan, pengalaman investasi, toleransi terhadap risiko, serta kondisi ekonomi individu. Secara simultan, **Digital Banking dan Literasi Keuangan Digital berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z**, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat investasi, meskipun pengaruh Digital Banking lebih dominan dibandingkan Literasi Keuangan Digital. Model penelitian mampu menjelaskan variasi Minat Investasi sebesar **41,0%**, sedangkan **59,0%** sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan layanan digital banking yang semakin inovatif, mudah digunakan, dan aman merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat investasi Generasi Z. Oleh karena itu, lembaga perbankan dan penyedia layanan investasi perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital yang didukung dengan program edukasi keuangan digital yang lebih aplikatif agar mampu mendorong peningkatan partisipasi investasi masyarakat, khususnya Generasi Z.

Referensi

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
2. Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2017). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 125–138. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026>
3. Amin, A., et al. (2025). *Determinants of Generation Z Long-Term Investment Interest Through Digital Literacy, Education and Risk Perception*.
4. Aswan, Ermawati, & Anggraeni. (2025). *Determinants of Generation Z's Behavioral Intention and Use Behavior Toward Mobile-Based Mutual Fund Investment Applications*.
5. Bank Indonesia. (2023). *Laporan Perekonomian Indonesia 2023*. Bank Indonesia.
6. Candra, M., Safitri, E., Saputra, R. Z. M. F., & Kasuwara, C. (2025). Knowledge to action: How digital financial literacy shapes investment decisions of Generation Z through fintech. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*.
7. Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
8. Ilham, Widyastuti, & Noviarini. (2025). *Anteseden keputusan penggunaan bank digital pada Generasi Z di Jabodetabek*.
9. Kurniawan, et al. (2025). *Factors Influencing the Adoption of Digital Banking: Generation Z in Surabaya*.
10. Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2024). *Statistik Pasar Modal Indonesia Tahun 2024*. KSEI.
11. Lieanto, C. T., & Kohardinata, C. (2025). Influence of socio-economic, financial literacy, and digital financial literacy on Generation Z's investment behavior. *Journal of Accounting, Entrepreneurship and Financial Technology*.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11490>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

12. Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
13. Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. (2020). *FinTech and Financial Literacy in Asia*. Asian Development Bank Institute.
14. Nirvani, & Putri, L. R. W. (2025). *Analysis of Factors That Affect Digital Investment Interest: A Study on Livin' by Mandiri Users*.
15. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy 2023*. OECD Publishing.
16. Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025*. Otoritas Jasa Keuangan.
17. Phan, T. K., & Zhou, J. (2024). Behavioral intention toward digital investment: Extending the Theory of Planned Behavior in the fintech era. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 41, 100932.
18. Pratama, & Artini. (2025). *Decoding Investment Behavior: The Impact of Financial Literacy, Risk Tolerance, and Financial Satisfaction on Generation Z's Investment Decisions*.
19. Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
20. Qoriana, & Ningtyas. (2024). *Financial Literacy, Financial Attitudes, and the Environment on Investment Decisions Through Investment Intention*.
21. Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
22. Tania, & Tjhin. (2025). *The Influence of Digital Literacy on Intention to Use Investment Applications in Generation Z*.
23. Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
24. Wulansari, et al. (2025). *Keputusan Menabung dan Investasi Gen Z di Bank Syariah Dilihat dari Pengaruh Digitalization, Economic Condition, dan Sharia Financial Literacy*