



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: 20091- 20099

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

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Mahasiswa Inaba di Era Digital

Raihan Ardian Maidin¹, Yana Adnan Ginanjar², Jingga Jinan Qarirah³, Reza Sahidi⁴, Andre Suryaningprang⁵

¹²³⁴⁵Prodi Manajemen, Universitas Indonesia Membangun

raihanardianmaidin@student.inaba.ac.id, yanaadnanginanjar@student.inaba.ac.id, jinggajinanq@student.inaba.ac.id,
rezasahidin@student.inaba.ac.id andre.suryaningprang@student.inaba.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi mahasiswa Universitas INABA di era digital. Perkembangan teknologi finansial dan hadirnya berbagai platform investasi digital telah memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam mengakses beragam instrumen investasi secara cepat, praktis, dan fleksibel. Kemudahan tersebut mendorong meningkatnya ketertarikan mahasiswa untuk mulai berinvestasi sejak dini. Namun, akses yang semakin terbuka juga perlu diimbangi dengan kemampuan literasi keuangan yang memadai agar mahasiswa tidak hanya mengikuti tren investasi, tetapi mampu memahami risiko, manfaat, serta konsekuensi dari setiap keputusan investasi yang diambil. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan responden yang terdiri atas mahasiswa Universitas INABA. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode regresi linear sederhana dengan bantuan aplikasi IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi mahasiswa. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan mampu menjelaskan pengaruh terhadap Minat Investasi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, semakin baik tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melakukan investasi secara rasional dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, perguruan tinggi diharapkan dapat meningkatkan edukasi literasi keuangan guna membentuk mahasiswa yang lebih cerdas, bijak, dan siap mengambil keputusan investasi di era digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Minat Investasi, Mahasiswa, Era Digital, Investasi.

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mengubah landscape sektor keuangan global secara drastis. Kehadiran inovasi finansial technology dan platform investasi digital berbasis aplikasi memberikan kemudahan akses bagi Masyarakat untuk mengelola keuangan dan berinvestasi secara instan tanpa batas geografis. Transformasi digital ini mendorong peningkatan jumlah investor ritel domestik secara signifikan di mana pasar modal kini didominasi oleh generasi muda termasuk kelompok mahasiswa. Namun kemudahan ini di satu sisi membuka peluang besar sementara di sisi lain menyimpan risiko tinggi seperti maraknya investasi ilegal dan perilaku keuangan yang konsumtif akibat kurangnya pemahaman digital yang matang. Fenomena ini menegaskan bahwa selain literasi keuangan konvensional, penguasaan terhadap literasi finansial berbasis digital menjadi benteng utama bagi masyarakat modern (Yemima Putri et al., n.d.).

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi dikenal sebagai kelompok yang sangat adaptif terhadap teknologi digital termasuk dalam hal penggunaan perbankan digital dan berbagai aplikasinya. Fleksibilitas modal minimal dan variasi produk digital memicu tingginya ketertarikan mereka terhadap dunia keuangan modern. Namun besarnya minat ini kerap kali tidak diimbangi dengan tingkat literasi keuangan dan penguasaan platform digital yang memadai. Banyak mahasiswa terjun ke ekosistem keuangan digital hanya karena terpengaruh tren di media sosial tanpa melakukan analisis fundamental atau manajemen risiko yang benar. Padahal literasi digital dan finansial adalah fondasi utama agar seseorang mampu mengambil keputusan keuangan yang rasional dan objektif di era modern (Yuliyanti et al., 2026a).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan finansial memiliki korelasi positif yang sangat kuat terhadap minat berinvestasi generasi muda. Individu dengan tingkat literasi

keuangan yang baik cenderung lebih percaya diri mandiri secara finansial dan lebih selektif dalam menanamkan modalnya di pasar keuangan. Ketika mahasiswa memahami konsep risiko dan imbal hasil serta mampu memanfaatkan teknologi finansial dengan bijak, minat mereka untuk berinvestasi akan tumbuh secara organik dan berkelanjutan bukan sekedar ikut-ikutan tren sesaat (Yanti et al., 2026a)

Di lingkup akademis minat investasi mahasiswa di pasar modal tidak hanya di pengaruhi oleh satu faktor saja kombinasi antara literasi keuangan yang baik pemahaman tentang regulasi serta kecakapan dalam menggunakan instrumen digital secara simultan membentuk kesiapan mahasiswa untuk menjadi investor yang cerdas ketika aspek literasi ini menjadi modal penting bagi mahasiswa dalam menghadapi volatilitas dan dinamika pasar modal yang bergerak sangat cepat di era digital (Kumanireng & Bayu Utomo, 2023)

Universitas Inaba sebagai salah satu institusi Pendidikan tinggi yang berfokus pada pengembangan ekonomi dan bisnis di era modern memiliki peran strategis dalam mencetak generasi yang mandiri secara finansial. Mahasiswa Inaba idealnya di bekali dengan kurikulum yang relevan dengan perkembangan dekonomi digital kenyataan di lapangan sering kali menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan teoretis yang di dapat di bangku perkuliahan dengan implementasi praktis atau simulasi praktis atau simulasi nyata dalam mengelola keuangan pribadi dan berinvestasi secara riil dinamika ekonomi saat ini menuntut dimiliki mahasiswa Universitas Inaba mampu menggerakkan minat dan kesiapan mereka untuk berinvestasi dengan bijak (Nofita Wulansari, 2025)

Berdasarkan latar belakang, fenomena dan kajian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara dalam bagaimana tingkat literasi keuangan memengaruhi minat investasi mahasiswa di tengah masifnya digitalisasi. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Mahasiswa Inaba di Era Digital”.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan untuk mengukur Tingkat literasi finansial digital, perilaku keuangan, serta minat investasi mahasiswa berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Pendekatan survei dilakukan melalui penyebaran kuisioner menggunakan Google Forms kepada mahasiswa sebagai responden penelitian.

Teknologi pengumpulan data dilakukan secara online dengan menggunakan skala penilaian pada beberapa pernyataan terkait pemahaman keuangan, perilaku investasi, penggunaan aplikasi fintech, serta minat investasi di era digital. Data yang terkumpul kemudian di analisis secara deskriptif untuk mengetahui Gambaran umum perilaku dan Tingkat literasi finansial responden.

Penelitian ini melibatkan sebanyak 111 responden mahasiswa dari berbagai program studi. Data yang diperoleh berupa jawaban mengenai pemahaman konsep keuangan, kemampuan mengelola keuangan pribadi, perilaku investasi, serta pandangann mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan platform investasi digital. Penggunaan Google Form dalam penelitian mempermudah proses pengumpulan data karena dapat diakses secara fleksibel dan efisien oleh Responden.

3. Hasil dan Diskusi

Sebelum data dianalisis lebih lanjut, perlu dilakukan pengujian terhadap instrumen penelitian untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan mampu mengukur konstruk yang dimaksud dengan akurat dan konsisten. Tahapan ini sangat krusial dalam penelitian kuantitatif karena instrumen yang valid dan reliabel akan menghasilkan data berkualitas tinggi yang dapat diandalkan untuk pengambilan kesimpulan.

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson, di mana setiap item pernyataan dalam kuesioner dikorelasikan dengan skor total variabel. Hasil uji validitas disajikan dalam Tabel 1 berikut:

(Tabel 1. Hasil Uji Validitas)

Variabel	r tabel	R hitung	Keterangan
X1	0,195	0,751	Valid
		0,813	
		0,818	
		0,803	
		0,813	
X2	0,195	0,877	Valid
		0,877	
		0,891	
		0,876	
Y	0,195	0,566	Valid
		0,680	
		0,646	
		0,721	
		0,502	
		0,669	
		0,552	
		0,394	

Berdasarkan Tabel Uji Validitas, diketahui bahwa nilai untuk sampel dalam penelitian ini adalah 0,195. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Literasi Digital (X1), Era Digital (X2), dan Minat Investasi Mahasiswa (Y) memiliki nilai . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan dinyatakan valid

b. Uji Reliabilitas

Setelah memastikan validitas instrumen, langkah berikutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas untuk mengukur tingkat konsistensi atau keandalan instrumen penelitian. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha dengan nilai standar minimum 0,60 untuk menyatakan instrumen dinyatakan reliabel.

(Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas)

No	Variable	Croanbach Alpha	r Tabel	N of Items
1.	Literasi Keuangan	0,859	0,60	5
2.	Era Digital	0,902		4
3.	Minat Investasi Mahasiswa	0,725		8

Hasil Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa ketiga variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas ambang batas 0,60. Secara rinci, variabel Literasi Keuangan/Digital sebesar 0,859, Era Digital sebesar 0,902, dan Minat Investasi Mahasiswa sebesar 0,725. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat keandalan yang tinggi atau dinyatakan reliabel

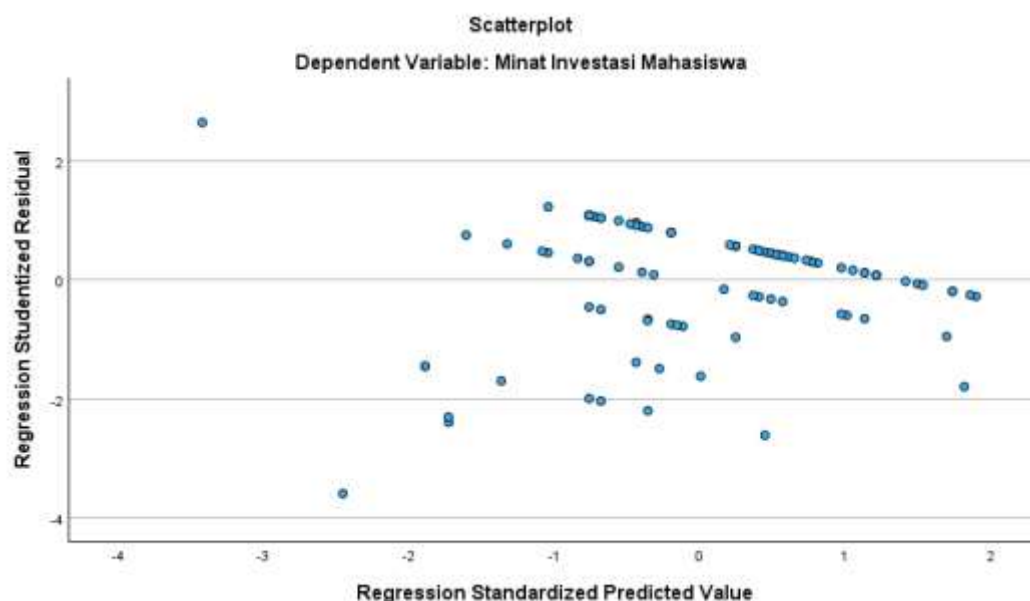
c. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian ini menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

(Tabel 3. Hasil Uji Normalitas)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100
Test Statistic	.153
Asymp. Sig. (2—tailed)	<,.001

Berdasarkan hasil pengujian *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) yang diperoleh adalah **< 0,001**. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka secara statistik data dalam model ini **tidak berdistribusi normal**



Gambar diatas memperlihatkan bahwasanya titik titik diatas tidak berkumpul atas satu titik saja, namun titik titik tersebut menyebar keatas atau kebawah serta kekanan atau kekiri di sekitar sumbu 0. Dengan demikian, artinya data pada studi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Jika terjadi multikolinieritas, estimasi parameter regresi akan tidak stabil dan sulit untuk diinterpretasikan. Hasil uji multikolinieritas disajikan dalam tabel berikut:

(Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas)

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1		
(Constant)		
Literasi Digital (X1)	.519	1.926
Era Digital (X2)	.519	1.926

Dependent Variable: minat investasi mahasiswa (Y)

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel Literasi Digital () dan Era Digital () memiliki nilai Tolerance sebesar 0,519 ($> 0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,926 (< 10). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari gejala multikolinieritas.

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah semua asumsi klasik terpenuhi, selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh variabel independen (Literasi Keuangan dan Era Digital) terhadap variabel dependen (Minat Investasi Mahasiswa). Analisis regresi linear berganda dipilih karena penelitian ini melibatkan dua atau lebih variabel independen yang mempengaruhi satu variabel dependen.

(Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda)

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients	Coefficients Std.Error	Standardized Coefficients
	B		Beta
(Constant)	3.948	.734	
Literasi Digital (X1)	0.27	.056	.0.60
Era Digital (X2)	.186	.057	.410

Dependent Variable: minat investasi mahasiswa (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi , di mana nilai konstanta sebesar 3,948 menunjukkan tingkat Minat Investasi Mahasiswa (Y) apabila variabel Literasi Digital (X1) dan Era Digital (X2) bernilai nol atau tetap. Koefisien regresi untuk Literasi Digital sebesar 0,27 dan Era Digital sebesar 0,186 keduanya memiliki nilai positif

f. Pengujian Signifikansi Parsial

Untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, dilakukan pengujian signifikansi parsial atau uji t. Hasil uji parsial disajikan dalam tabel berikut:

(Tabel 6. Hasil Uji Parsial)

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)	5.379	<.001
Literasi Digital	.478	.634
Era Digital	3.267	.002

Dependent Variable: minat investasi mahasiswa (Y)

Literasi Digital (X1) Diperoleh nilai sebesar 0,478 dengan signifikansi 0,634 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, Literasi Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa, Era Digital (X2) Diperoleh nilai sebesar 3,267 dengan signifikansi 0,002 ($< 0,05$). Hasil ini membuktikan bahwa Era Digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa secara parsial

g. Pengujian Signifikansi Simultan

Pengujian signifikansi simultan atau uji F dilakukan untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji simultan disajikan dalam tabel ANOVA berikut:

(Tabel 7. Hasil Uji Simultan)

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	12.587	<.001 ^b
	Residual		
	Total		

Berdasarkan tabel ANOVA, nilai F hitung adalah sebesar 12,587 dengan tingkat signifikansi < 0,001. Karena nilai signifikansi jauh di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Literasi Digital (X1) dan Era Digital (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa (Y)

h. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa besar proporsi variansi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, dilakukan uji koefisien determinasi (R Square). Hasil uji koefisien determinasi disajikan dalam tabel berikut:

(Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.454 ^a	.206	.190	1.31165

a. Predictors: (Constant), Era Digital, Literasi Digital

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R sebesar 0,454, yang mengindikasikan adanya hubungan pada tingkat sedang antara variabel Literasi Digital dan Era Digital terhadap Minat Investasi Mahasiswa. Nilai R Square sebesar 0,206 menjelaskan bahwa kontribusi atau pengaruh simultan dari kedua variabel independen tersebut terhadap variasi minat investasi adalah sebesar 20,6%, sedangkan sisanya sebesar 79,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini

4. Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital telah memberikan kemudahan yang signifikan bagi masyarakat, khususnya mahasiswa dalam mengakses berbagai layanan keuangan dan investasi. Platform-platform investasi digital berbasis aplikasi telah mendemokratisasi akses pasar modal, sehingga generasi muda dapat berpartisipasi dalam aktivitas investasi tanpa batasan geografis dan dengan modal yang relatif kecil. Namun, kemudahan tersebut juga diiringi dengan berbagai risiko yang serius apabila tidak didukung dengan tingkat literasi keuangan yang memadai. Literasi keuangan berperan sangat penting dalam membantu mahasiswa memahami konsep-konsep investasi yang kompleks, mengelola risiko dengan bijak, serta mengambil keputusan keuangan yang rasional dan terencana untuk jangka panjang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Era Digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini mengindikasikan bahwa ketersediaan platform digital dan kemudahan akses telah berhasil mendorong minat mahasiswa untuk berinvestasi. Namun demikian, pengaruh Literasi Keuangan juga penting meskipun tidak signifikan secara parsial, karena ketika kedua variabel bekerja secara simultan, pengaruhnya menjadi signifikan terhadap minat investasi. Ini menunjukkan bahwa kedua aspek dan akses digital dan pemahaman keuangan harus berjalan beriringan untuk menciptakan investor yang cerdas dan bertanggung jawab. Mahasiswa sebagai generasi yang akrab dengan teknologi digital perlu mengembangkan kemampuan yang matang dalam memanfaatkan platform investasi digital secara bijak dan strategis. Penguasaan terhadap literasi keuangan digital akan membantu mereka mengidentifikasi peluang investasi yang legitimate, menganalisis risiko

dengan cermat, membedakan antara investasi aman dan investasi ilegal atau berpotensi tinggi risiko, serta menghindari jebakan untuk mengikuti tren investasi yang belum terbukti aman tanpa pertimbangan mendalam. Fenomena maraknya investasi bodong dan skema Ponzi di kalangan generasi muda menunjukkan pentingnya edukasi literasi keuangan yang komprehensif sebagai benteng perlindungan. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa institusi pendidikan tinggi, khususnya Universitas INABA, perlu mengintegrasikan edukasi literasi keuangan yang lebih mendalam dalam kurikulum akademik. Selain pembelajaran teoritis melalui mata kuliah ekonomi dan manajemen keuangan, universitas sebaiknya menyelenggarakan workshop, seminar, dan simulasi praktis yang memungkinkan mahasiswa untuk langsung belajar menggunakan platform investasi digital dalam lingkungan yang terkontrol dan aman. Kolaborasi dengan lembaga keuangan dan pasar modal juga dapat memperkaya pengalaman praktis mahasiswa. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya mengenal kemudahan teknologi digital tetapi juga memiliki fondasi pengetahuan yang kuat untuk menggunakannya secara bertanggung jawab. Selain itu, peran keluarga, media sosial, dan komunitas akademis juga perlu dipertimbangkan sebagai agen sosialisasi dalam membentuk literasi keuangan yang positif. Kampanye edukasi investasi yang terukur dan kredibel melalui berbagai saluran komunikasi dapat membantu menyebarkan informasi yang akurat dan mengurangi paparan terhadap informasi yang menyesatkan atau promosi investasi yang tidak etis. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi mahasiswa di era digital. Namun, masih terdapat peluang untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam, seperti menganalisis faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat investasi (risiko toleransi, pengaruh keluarga, pengalaman finansial sebelumnya), membandingkan tingkat literasi keuangan digital antara berbagai kelompok mahasiswa, atau mengevaluasi efektivitas program edukasi literasi keuangan yang sudah dilakukan. Penelitian kualitatif juga dapat dilakukan untuk memahami hambatan dan motivasi mahasiswa dalam berinvestasi secara lebih mendalam. Sebagai penutup, penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara kemajuan teknologi digital dan edukasi literasi keuangan dalam mempersiapkan generasi muda untuk menjadi investor yang cerdas, bijak, dan bertanggung jawab. Mahasiswa INABA, sebagai calon pemimpin bisnis dan ekonomi, memiliki tanggung jawab untuk tidak hanya memanfaatkan peluang yang ada tetapi juga menjadi agent of change dalam menyebarkan praktik investasi yang etis dan berkelanjutan di masyarakat. Dengan fondasi literasi keuangan yang kuat dan akses ke platform digital yang aman, mahasiswa dapat berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang sehat dan inklusif di masa depan.

Referensi

1. Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
2. Akademi, D. (n.d.). Entrepreneurship and Social Sciences Congress PROCEEDINGS E-BOOK.
3. Christi Gainau, P., Clayde Latupeirissa, C., Paledung, M., Hikmah Helida Amahoru, N., Ziaul Haq Bakri, M., Studi Akuntansi, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Pattimura, U. (2026). Literasi Keuangan Digital: Upaya Pencegahan Investasi Bodong pada Guru dan Pegawai SMP Negeri 7 Maluku Tengah. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(Maret), 1012–1020. <https://doi.org/10.59395/altifani.v6i2.1127>
4. Clara Neltje Meini Rotinsulu, Pemy Christiaan, Qonita Karima, Yuni Riskita Mangopo, & Ngurah Pandji Mertha Agung Durya. (2026). Peningkatan Literasi Keuangan Digital Masyarakat Dalam Menghadapi Maraknya Investasi Ilegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 19790–19800. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5397>
5. 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*, 8(1), 276–294. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2604>
6. Dian, A., Program, S., Akuntansi, S., Fakultas, M., Bisnis, M., & Batam, P. N. (2022). FINANCIAL TECHNOLOGY SEBAGAI SOLUSI DAN RESOLUSI NEW NORMAL PADA INDUSTRI JASA KEUANGAN (Vol. 15, Number 01).
7. Fadika, J., Afrida, Y., Universitas, I., Fatmawati, I. N., & Bengkulu, S. (n.d.). PERAN PASAR MODAL DALAM MENINGKATKAN MINAT INVESTASI PADA GENERASI MUDA DI ERA DIGITAL. In *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)* (Vol. 2).
8. Fauziah, P. (2024). Eksplorasi Motivasi Minat Mahasiswa Akuntansi Berinvestasi Di Pasar Modal. *EKALAYA : Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 2(1), 14–20. <https://doi.org/10.59966/ekalaya.v2i1.715>
9. Ghazi, S., Ika Leni, D., Rosa, T., & Rosalin, S. (2025). Student financial literacy: a consolidation model of antecedents and consequences. In *Cogent Education* (Vol. 12, Number 1). Taylor and Francis Ltd. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2547032>
10. Khan-MS, A. (2018). Financial Literacy, Risk Perception and Investment Intention among Youth in Pakistan. In *International Journal of Management Sciences and Business Research* (Vol. 7, Number 5). <http://www.ijmsbr.com>
11. Kulintang, A., & Putri, E. (n.d.). Peran Literasi Keuangan, Risk Tolerance, Overconfidence Serta Financial Technology dalam Mendorong Keputusan Investasi. <https://doi.org/10.35838/jrap.2024.01>
12. Kumanireng, I. H. W., & Bayu Utomo, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Literasi Pajak dan Literasi Digital Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta di Pasar Modal. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 8(3), 11–22. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i3.20566>
13. Mayashanti, H. A., Samasta, A. S., Puspitasari, D., & Oktavia, V. (2025). Peran Pendapatan, Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko dalam Mempengaruhi Keputusan Investasi Generasi Z. *Jesya*, 8(1), 707–720. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1993>
14. Moderasi, V. (n.d.). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERINVESTASI SAHAM SYARIAH DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI.
15. Nofita Wulansari, I. K. (2025). 6315-Article Text-45064-2-10-20250710.
16. Penggunaan, K., Keamanan, D., Terhadap, A., & Pengguna, K. (n.d.). PENGARUH KUALITAS APLIKASI.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.12058>

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

17. Penulis, T. (n.d.). ANALISIS LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN DI INDONESIA: Strategi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Finansial Masyarakat. Retrieved www.freepik.com
18. Rafi Agasi, M., Hermawan, A., & Mariska Purwaamijaya, B. (n.d.). Dampak Financial Influencer dan Fear of Missing Out terhadap Pengalaman Investasi Aset Kripto pada Investor Generasi Z.
19. Rahman, F., Djaja, M. H., Lestari, D., Legenda, S. A., & Fitriani, S. A. (2025). Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi (Vol. 2). <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmieHalaman:161-172>
20. Subekti, R., Kom, S., Kom, M., Ohyver, D. A., Pd, M., Judijanto, L., Si, S., & Stat, M. (n.d.). TRANSFORMASI DIGITAL (Teori & implementasi menuju era society 5.0). Retrieved www.sonpedia.com
21. Yanti, H., Rahmadani, I., Vonna, S. M., Hastuti, F., & Sartika, D. (2026a). Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0) 6509 Copyright; Hesti Yanti, Ika Rahmadani, Sari Maulida Vonna, Cut Sri Firman Hastuti. 4, 3026–2925. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.4169>
22. Yanti, H., Rahmadani, I., Vonna, S. M., Hastuti, F., & Sartika, D. (2026b). Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0) 6509 Copyright; Hesti Yanti, Ika Rahmadani, Sari Maulida Vonna, Cut Sri Firman Hastuti. 4, 3026–2925. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.4169>
23. Yemima Putri, O., Isfantin Puji Lestari, S., Tri Prabawa, S., & Tinggi Ekonomi Wijaya Mulya Surakarta, S. (n.d.). Studi Kasus Pada Generasi Muda di Surakarta. Retrieved www.ksei.co.id
24. Yuliyanti, R., Suzana, S., & Diany, A. A. (2026a). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Sari Mulia Menggunakan Bank Digital. ECo-Fin, 8(1), 604–613. <https://doi.org/10.32877/ef.v8i1.3674>
25. Yuliyanti, R., Suzana, S., & Diany, A. A. (2026b). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Sari Mulia Menggunakan Bank Digital. ECo-Fin, 8(1), 604–613. <https://doi.org/10.32877/ef.v8i1.3674>
26. Norsyaheera, A.W., Lailatul, F.A.H., Shahid, S.A.M., & Maon, S.N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 37, pp. 366–371). Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1).
27. Armand, F. (2003). Social Marketing Models for Product-Based Reproductive Health Programs: A Comparative Analysis. Occasional Paper Series. Washington, DC. Retrieved from www.cmsproject.com.
28. Belair, A. R. (2003). Shopping for Your Self: When Marketing becomes a Social Problem. Dissertation. Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.
29. Lindawati (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Usahatani Terpadu Padi-Sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>.
30. Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). Up and Out of Poverty: The Social Marketing Solution. New Jersey: Pearson Education, Inc.
31. LPPSP. (2016). Statistik Indonesia 2016. Badan Pusat Statistik, 676. Jakarta. Diakses dari <https://www.LPPSP.go.id/index.php/publikasi/326>.
32. Risdwiyanto, A. (2016). Tas Kresek Berbayar, Ubah Perilaku Belanja? Kedaulatan Rakyat, 22 Februari, 12.
33. Chain, P. (1997). Same or Different?: A Comparison of the Beliefs Australian and Chinese University Students Hold about Learning's Proceedings of AARE Conference. Swinburne University. Available at: <http://www.swin.edu.au/aare/97pap/CHAN97058.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.
34. StatSoft, Inc. (1997). Electronic Statistic Textbook. Tulsa OK., StatSoft Online. Available at: <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.