



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: 6304-6316

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

Pengaruh Internet Influence, Financial Technology, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Sumatera Utara)

Dini Revalina Siti Halimah, Wulan Permatasari, Isfenti Sadalia, Alwi Ihsan Nababan

Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara

dinirevsiha16@gmail.com, wulanpermatasari@gmail.com, isfenti@usu.ac.id, alwinababan@usu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Internet Influence, Financial Technology (Fintech), dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara generasi muda memperoleh informasi dan mengambil keputusan keuangan, sehingga faktor digital menjadi aspek penting dalam pembentukan minat investasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dan Uji Sobel dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Internet Influence dan Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan maupun Minat Investasi. Sebaliknya, Financial Technology tidak berpengaruh signifikan terhadap Literasi Keuangan maupun Minat Investasi. Selain itu, Literasi Keuangan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi. Hasil Uji Sobel menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak mampu memediasi pengaruh Internet Influence, Financial Technology, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa minat investasi mahasiswa lebih banyak dipengaruhi secara langsung oleh paparan informasi digital dan kemampuan individu dalam menilai risiko investasi dibandingkan melalui peningkatan literasi keuangan. Secara teoritis, penelitian ini mendukung integrasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) dalam menjelaskan perilaku investasi generasi muda. Secara praktis, hasil penelitian menegaskan pentingnya penguatan edukasi investasi berbasis digital dan peningkatan kemampuan analisis risiko yang aplikatif untuk mendorong minat investasi mahasiswa.

Kata kunci: Internet Influence, Financial Technology, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan, Minat Investasi

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perilaku keuangan masyarakat, termasuk dalam aktivitas investasi. Internet dan media sosial memungkinkan informasi investasi tersebar secara cepat, luas, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital menjadi kelompok yang sangat dekat dengan penggunaan teknologi dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam memperoleh informasi mengenai investasi. Kondisi tersebut menyebabkan keputusan investasi tidak lagi hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi konvensional, tetapi juga oleh pengaruh digital yang terbentuk melalui media sosial, komunitas online, maupun platform berbasis internet. Penelitian Sukarno et al. (2024) menunjukkan bahwa perkembangan media sosial dan teknologi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi generasi muda. Fenomena ini menunjukkan bahwa transformasi digital telah membentuk pola baru dalam perilaku dan pengambilan keputusan investasi mahasiswa.

Salah satu faktor yang dinilai berpengaruh terhadap minat investasi adalah internet influence. Paparan informasi melalui media sosial dapat membentuk persepsi, keyakinan, serta kecenderungan individu dalam mengambil keputusan keuangan. Informasi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukasi keuangan, tetapi juga memengaruhi perilaku investasi melalui opini publik, rekomendasi komunitas online, dan penyebaran tren investasi yang berlangsung sangat cepat. Penelitian Utami et al. (2025) menunjukkan bahwa social influence memiliki pengaruh positif terhadap literasi keuangan dan perilaku investasi mahasiswa. Selain itu, Liu dan Lin (2021) menjelaskan bahwa integrasi internet dalam pendidikan keuangan mampu meningkatkan kesadaran dan

pemahaman keuangan individu secara signifikan. Namun, arus informasi digital yang tidak terfilter juga berpotensi menimbulkan misinformasi dan keputusan investasi yang tidak rasional apabila individu tidak memiliki kemampuan literasi keuangan yang memadai.

Selain internet influence, perkembangan financial technology (fintech) turut mendorong peningkatan akses investasi di kalangan generasi muda. Kehadiran berbagai platform investasi digital memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, memperoleh informasi pasar, memantau portofolio, hingga memulai investasi dengan modal yang relatif kecil. Kemudahan, efisiensi, dan fleksibilitas yang ditawarkan fintech menjadikan aktivitas investasi lebih praktis dan terjangkau bagi mahasiswa. Penelitian Zaky dan Hamidi (2022) menunjukkan bahwa financial technology berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan dan minat investasi. Hasil penelitian Safiudin et al. (2024) juga menemukan bahwa penggunaan fintech mampu meningkatkan pemahaman keuangan dan mendorong minat investasi generasi muda. Hal tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi keuangan telah menjadi bagian penting dalam pembentukan perilaku investasi modern.

Di sisi lain, keputusan investasi juga dipengaruhi oleh persepsi risiko yang dimiliki individu. Persepsi risiko mencerminkan bagaimana seseorang menilai kemungkinan kerugian maupun ketidakpastian dalam suatu investasi. Individu dengan tingkat persepsi risiko yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi, sedangkan individu yang memiliki pemahaman risiko yang baik cenderung lebih rasional dan percaya diri dalam berinvestasi. Penelitian Apriliani dan Murtanto (2023) menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki hubungan terhadap minat investasi, meskipun hasil penelitian mereka menemukan bahwa pengaruh tersebut belum tentu signifikan pada seluruh kelompok responden. Penelitian Yanti dan Endri (2024) juga menjelaskan bahwa pemahaman risiko menjadi faktor penting dalam mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat. Dalam konteks mahasiswa, persepsi risiko menjadi relevan karena sebagian besar mahasiswa masih berada pada tahap awal pengenalan investasi dan belum memiliki pengalaman investasi yang memadai.

Faktor lain yang memiliki peran penting dalam membentuk perilaku investasi adalah literasi keuangan. Literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, mengelola risiko, serta mengambil keputusan finansial secara tepat dan rasional. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami instrumen investasi dan mempertimbangkan risiko maupun keuntungan yang akan diperoleh. Penelitian Juniarti et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berkontribusi terhadap peningkatan perilaku keuangan dan pengambilan keputusan investasi. Namun demikian, penelitian Apriliani dan Murtanto (2023) menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan minat investasi masih memerlukan pengujian lebih lanjut, khususnya pada kelompok mahasiswa.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait pengaruh internet influence, financial technology, dan persepsi risiko terhadap minat investasi. Sukarno et al. (2024) menemukan bahwa media sosial dan fintech berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi muda, sedangkan penelitian Apriliani dan Murtanto (2023) menunjukkan bahwa persepsi risiko dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Penelitian lain juga lebih banyak menguji hubungan langsung antarvariabel tanpa mempertimbangkan mekanisme tidak langsung melalui variabel mediasi. Padahal secara teoritis, pengaruh internet influence, fintech, dan persepsi risiko terhadap minat investasi dapat terjadi melalui peningkatan literasi keuangan individu terlebih dahulu. Dengan demikian, masih terdapat research gap terkait peran literasi keuangan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara faktor digital dan minat investasi.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh internet influence, financial technology, dan persepsi risiko terhadap minat investasi dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan kajian perilaku investasi generasi muda di era digital, khususnya terkait peran literasi keuangan dalam menjembatani pengaruh faktor digital terhadap minat investasi mahasiswa.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan kausalitas (*explanatory research*) dan desain *cross-sectional*. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan Google

Form kepada 100 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara (FEB USU) yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria:

- (1) Minimal semester 3,
- (2) Sudah terpapar informasi investasi, dan
- (3) Memiliki ketertarikan terhadap investasi.

Jumlah sampel minimum ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%.

2.1. Variabel dan Pengukuran

Penelitian ini menggunakan lima variabel penelitian yang terdiri dari variabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi Internet Influence (X1), Financial Technology/Fintech (X2), dan Persepsi Risiko (X3). Selanjutnya, Literasi Keuangan (M) digunakan sebagai variabel mediasi, sedangkan Minat Investasi (Y) digunakan sebagai variabel dependen. Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert 1–5, dengan kategori jawaban 1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator dari penelitian terdahulu yang relevan dan dikembangkan sesuai konteks penelitian. Total instrumen penelitian terdiri dari 23 item pernyataan yang digunakan untuk mengukur seluruh variabel penelitian. Rincian variabel, indikator, dan jumlah item pengukuran disajikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Variabel, Indikator, dan Jumlah Item Pengukuran

Variabel	Indikator	Jumlah Item
Internet Influence (X1)	Frekuensi paparan, pengaruh media sosial, kepercayaan informasi online, <i>social proof</i> , <i>informational influence</i>	5
Financial Technology (X2)	Manfaat yang dirasakan, efisiensi transaksi, aksesibilitas, kemudahan pendaftaran	4
Persepsi Risiko (X3)	Persepsi ketidakpastian, potensi kerugian, tingkat kekhawatiran, <i>risk aversion</i> , penghindaran fluktuasi	5
Literasi Keuangan (M)	Pengetahuan investasi, pemahaman risiko, pemahaman pengelolaan investasi, pengetahuan praktis	4
Minat Investasi (Y)	Ketertarikan, niat, kesiapan, <i>advocacy</i> , komitmen jangka panjang	5

2.2. Uji Instrumen

Instrumen diuji melalui *pilot test* pada 34 responden menggunakan SPSS. Uji validitas menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* dengan kriteria $r\text{-hitung} > 0.3388$. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan ambang batas $> 0,60$.

2.3. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui tiga tahap. Pertama, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas (*One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, $\text{sig.} > 0,05$), uji multikolinearitas (*Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10), serta uji heteroskedastisitas (uji Glejser, $\text{sig.} > 0,05$). Kedua, uji regresi linear berganda dengan dua model persamaan sebagai berikut:

$$M = \alpha + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + \varepsilon \quad (1)$$

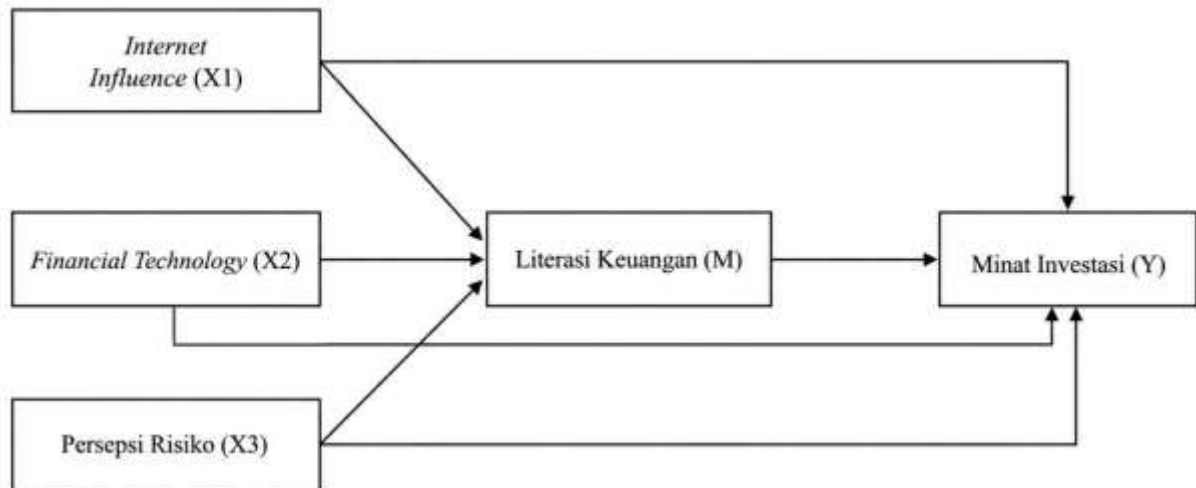
$$Y = \alpha + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + \beta_4 M + \varepsilon \quad (2)$$

Di mana M adalah Literasi Keuangan, Y adalah Minat Investasi, X1 adalah Internet Influence, X2 adalah Financial Technology, X3 adalah Persepsi Risiko, β adalah koefisien regresi, α adalah konstanta, dan ε adalah *error term*.

Kelayakan model diuji menggunakan uji F (sig. < 0,05) dan uji t parsial (sig. < 0,05), serta Adjusted R² untuk mengukur daya prediksi model. Ketiga, uji mediasi menggunakan pendekatan Baron & Kenny (1986) yang dilanjutkan dengan Uji Sobel untuk menguji signifikansi efek tidak langsung. Efek mediasi dinyatakan signifikan apabila nilai Z > 1,96 dan p < 0,05.

2.4. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel sebagaimana disajikan pada Gambar 2.1. Jalur langsung meliputi pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap M, serta pengaruh X1, X2, X3, dan M terhadap Y. Jalur tidak langsung meliputi pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y melalui M sebagai mediator.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Deskriptif Statistik

N		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Internet Influence	100	8	25	19.72	3.049
Fintech	100	5	20	14.47	3.070
Persepsi Risiko	100	8	25	21.41	3.309
Literasi Keuangan	100	4	20	16.32	2.741
Minat Investasi	100	6	25	20.32	3.184

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Berdasarkan hasil deskriptif statistik nilai minimal berada pada rentang 4 hingga 8, sedangkan nilai maksimum menyentuh angka 20 hingga 25. Nilai rerata (*mean*) untuk masing-masing variabel berada pada rentang 14,47 hingga 21,41. Selanjutnya, nilai standar deviasi untuk seluruh variabel menunjukkan angka di antara 2,741 hingga 3,309 yang mencerminkan bahwa sebaran data bersifat homogen, meskipun tetap terdapat variasi respon yang wajar di antara masing-masing responden.

3.2 Uji Validitas

No	Item	r-Hitung	Keterangan	Kesimpulan
1	Item 1	0.601	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Item 2	0.705	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Item 3	0.611	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Item 4	0.760	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Item 5	0.779	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Item 6	0.814	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	Item 7	0.801	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Item 8	0.765	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	Item 9	0.475	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	Item 10	0.744	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	Item 11	0.776	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	Item 12	0.870	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	Item 13	0.835	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	Item 14	0.745	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	Item 15	0.720	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
16	Item 16	0.697	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
17	Item 17	0.826	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
18	Item 18	0.736	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
19	Item 19	0.481	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
20	Item 20	0.697	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
21	Item 21	0.833	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
22	Item 22	0.684	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
23	Item 23	0.706	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} , dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,1966 pada tingkat signifikansi 5%. Suatu item dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Internet Influence, Financial Technology, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan, dan Minat Investasi memiliki nilai korelasi di atas 0,1966 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Internet Influence (X1)	0.729	5
Financial Technology (X2)	0.695	4
Persepsi Risiko (X3)	0.852	5
Literasi Keuangan (M)	0.728	4
Minat Investasi (Y)	0.702	5

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, uji reliabilitas dilakukan pada setiap item pernyataan dari masing-masing variabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel melebihi angka 0,60, sehingga seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

3.4 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan melalui uji statistik non-parametrik (uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*) dengan ketentuan bahwa data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018).

Model	Asymp. Sig. (2-tailed)
1	0.200
2	0.129

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Pengujian normalitas pada model pertama, menunjukkan nilai sebesar 0,200, yang berarti dapat disimpulkan secara empiris bahwa nilai *residual* pada model pertama berdistribusi normal. Kemudian, pada model kedua, diperoleh nilai sebesar 0,129 maka, nilai *residual* pada model kedua terbukti berdistribusi secara normal.

3.5 Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Internet Influence	.533	1.876
	Fintech	.907	1.102
	Persepsi Risiko	.535	1.871
2	Internet Influence	.330	3.027
	Fintech	.892	1.120
	Persepsi Risiko	.474	2.109
	Literasi Keuangan	.309	3.237

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10 (Ghozali, 2018).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel pada model pertama maupun model kedua memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Pada model pertama, nilai VIF berada pada rentang 1,102–1,876, sedangkan pada model kedua berada pada rentang 1,120–3,237. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada kedua model penelitian, sehingga variabel independen tidak mengalami korelasi yang tinggi dan model regresi layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

3.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji Glejser dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap seluruh variabel independen. Model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018).

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	Internet Influence	.054
	Fintech	.985
	Persepsi Risiko	.950
a. Dependent Variable: ABRESID 1		

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Model		Sig.
2	(Constant)	.000
	Internet Influence	.049
	Fintech	.877
	Persepsi Risiko	.990
	Literasi Keuangan	.929
a. Dependent Variable: ABRESID 2		

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Berdasarkan hasil Uji Glejser pada model pertama, seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga model pertama dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Namun, pada model kedua, variabel Internet Influence menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$ yang mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas. Sementara itu, variabel Financial Technology, Persepsi Risiko, dan Literasi Keuangan memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 sehingga tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Untuk memastikan model regresi memenuhi asumsi klasik, dilakukan pengujian lanjutan menggunakan Uji Park. Uji Park bekerja dengan meregresikan logaritma natural dari kuadrat residual terhadap logaritma natural variabel independen; apabila tidak ada variabel yang berpengaruh signifikan, model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas (Park, 1966; Ghazali, 2018). Pendekatan ini juga telah diterapkan dalam penelitian terdahulu sebagai uji konfirmasi lanjutan ketika Uji Glejser menunjukkan indikasi heteroskedastisitas pada salah satu variabel (Gultom, 2024).

Model		Sig.	Keterangan
1	Internet Influence	0.172	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
	Fintech	0.515	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
	Persepsi Risiko	0.897	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
2	Internet Influence	0.313	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
	Fintech	0.880	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
	Persepsi Risiko	0.797	Bebas Gejala Heteroskedastisitas
	Literasi Keuangan	0.892	Bebas Gejala Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

Berdasarkan hasil Uji Park, seluruh variabel pada kedua model memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis.

3.7 Uji Regresi Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel *Coefficients* model pertama, diperoleh persamaan regresi berupa,

$$M = -0.048 + 0.536X_1 + 0.067X_2 + 0.225X_3$$

Nilai konstanta sebesar -0.048 menunjukkan bahwa jika ketiga variabel independen bernilai nol, tingkat Literasi Keuangan adalah -0.048. Selanjutnya, dengan asumsi variabel lain konstan, setiap kenaikan satu satuan pada variabel independen akan meningkatkan Literasi Keuangan sebesar nilai koefisien regresinya masing-masing: Internet Influence sebesar 0.536, Financial Technology sebesar 0.067, dan Persepsi Risiko sebesar 0.225.

Pada model kedua hasil estimasi pada tabel *Coefficients* model kedua membentuk persamaan regresi menjadi,

$$Y = 2.863 + 0.254X_1 + 0.020X_2 + 0.447X_3 + 0.158M$$

Nilai konstanta sebesar 2.863 menunjukkan nilai eksisting Minat Investasi saat seluruh variabel independen bernilai nol. Dengan asumsi variabel lain konstan, setiap kenaikan satu satuan pada variabel independen akan meningkatkan Minat Investasi sebesar nilai koefisiennya masing-masing: Internet Influence (X_1) sebesar 0.254,

Financial Technology (X2) sebesar 0.020, Persepsi Risiko (X3) sebesar 0.447, dan Literasi Keuangan (M) sebesar 0.158.

Dapat disimpulkan bahwa seluruh koefisien parameter pada kedua model regresi menunjukkan arah hubungan yang positif. Hal ini mencerminkan bahwa semakin optimal pengaruh internet, adopsi teknologi finansial, persepsi terhadap risiko, serta tingkat literasi keuangan seseorang, maka akan semakin tinggi pula minat mereka untuk melakukan investasi.

3.8 Uji Hipotesis

Model	Variabel Eksogenous Terhadap Var. Endogenous	AjdR ²	T _{hitung}	F _{hitung}	Sig.	Ket.
1	X1 (Internet Influence) terhadap Literasi Keuangan (M)	-	7.677	-	0.000	Signifikan
	X2 (Financial Technology) terhadap Literasi Keuangan (M)	-	1.269	-	0.207	Tidak Signifikan
	X3 (Persepsi Risiko) terhadap Literasi Keuangan (M)	-	3.501	-	0.001	Signifikan
	X1, X2, X3 terhadap M	0.681	-	71.577	0.000	Signifikan
2	X1 (Internet Influence) terhadap Minat Investasi (Y)	-	2.150	-	0.034	Signifikan
	X2 (Financial Technology) terhadap Minat Investasi (Y)	-	0.282	-	0.779	Tidak Signifikan
	X3 (Persepsi Risiko) terhadap Minat Investasi (Y)	-	4.917	-	0.000	Signifikan
	Literasi Keuangan (M) terhadap Minat Investasi (Y)	-	1.160	-	0.249	Tidak Signifikan
	X1, X2, X3, M terhadap Y	0.580	-	35.248	0.000	Signifikan

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

3.8.1 Uji Parsial (t-test)

Berdasarkan tabel hasil uji statistik pada model pertama, variabel *Internet Influence* ($t = 7.677, p = 0.000$) dan Persepsi Risiko ($t = 3.501, p = 0.001$) berpengaruh yang signifikan terhadap Literasi Keuangan. Sebaliknya, *Financial Technology* ($t = 1.269, p = 0.207$) tidak berpengaruh signifikan terhadap Literasi Keuangan.

Pada model kedua, variabel *Internet Influence* ($t = 2.150, p = 0.034$) dan Persepsi Risiko ($t = 4.917, p = 0.000$) terbukti secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi. Sementara, variabel *Financial Technology* ($t = 0.282, p = 0.779$) dan variabel mediasi Literasi Keuangan ($t = 1.160, p = 0.249$) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Investasi.

3.8.2 Uji Goodness Of Fit (F-test)

Uji F pada model pertama berdasarkan kombinasi nilai derajat kebebasan, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2.70. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi (Sig.) < 0.05 , maka model regresi dinyatakan layak dan hipotesis simultan diterima.

Berdasarkan hasil statistik untuk model pertama, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 71.577 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Internet Influence*, *Financial Technology*, dan Persepsi Risiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Literasi Keuangan, serta menunjukkan model pertama memiliki tingkat kelayakan yang sangat baik (goodness of fit) untuk memprediksi variasi Literasi Keuangan.

Pada model kedua, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2.47. Berdasarkan hasil uji ANOVA, didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 35.248 dengan angka signifikansi 0.000 sehingga hipotesis simultan pada model kedua diterima yang berarti bahwa variabel *Internet Influence*, *Financial Technology*, Persepsi Risiko, dan Literasi Keuangan secara

bersama-sama (simultan) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Investasi, yang berarti model kedua valid dan memenuhi prasyarat kelayakan model yang kuat.

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi ($AdjR^2$)

Nilai Adjusted R Square pada model 1, sebesar 0,681 atau 68,1% yang berarti model pertama memiliki daya explanatory yang kuat. Sisanya sebesar 31,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai Adjusted R Square pada model 2, sebesar 0,580 atau 58,0% mencerminkan kontribusi nyata model setelah disesuaikan dengan jumlah prediktor dan ukuran sampel (kategori moderat-tinggi). Sisa sebesar 42,0% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

3.9 Sobel Test

Hubungan Variabel	Koefisien a (sa)	Koefisien b (sb)	Test Statistic	Std. Error	p-value	Ket.
$X1 \rightarrow M \rightarrow Y$	0.536 (0.070)	0.158 (0.136)	1.148	0.073	0.250	Hipotesis Ditolak
$X2 \rightarrow M \rightarrow Y$	0.067 (0.053)	0.158 (0.136)	0.855	0.0123	0.392	Hipotesis Ditolak
$X3 \rightarrow M \rightarrow Y$	0.225 (0.064)	0.158 (0.136)	1.103	0.032	0.269	Hipotesis Ditolak

Sumber: Data Diolah SPSS (2026)

1. Berdasarkan hasil Sobel Test $X1 \rightarrow M \rightarrow Y$, diperoleh nilai test statistic sebesar 1,148 dengan p-value sebesar 0,250, sehingga dapat disimpulkan bahwa Internet Influence tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap Minat Investasi secara signifikan melalui Literasi Keuangan sebagai variabel mediasi, sehingga hipotesis ditolak.
2. Berdasarkan hasil Sobel Test $X2 \rightarrow M \rightarrow Y$, diperoleh nilai test statistic sebesar 0,855 dengan p-value sebesar 0,392 sehingga Literasi Keuangan tidak terbukti memediasi pengaruh secara tidak langsung Financial Technology terhadap Minat Investasi secara signifikan, sehingga hipotesis ditolak.
3. Berdasarkan hasil Sobel Test $X3 \rightarrow M \rightarrow Y$, diperoleh nilai test statistic sebesar 1,103 dengan p-value sebesar 0,269 menunjukkan bahwa Persepsi Risiko tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap Minat Investasi melalui Literasi Keuangan sebagai variabel mediasi, sehingga hipotesis ditolak.

3.10 Pembahasan

3.10.1 Internet Influence (X1)

H1: Internet Influence berpengaruh langsung terhadap Literasi Keuangan.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Internet Influence berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Literasi Keuangan. Hal ini dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 7,677 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan internet dan paparan informasi digital, maka semakin tinggi pula tingkat literasi keuangan mahasiswa. Internet memberikan kemudahan bagi individu dalam mengakses berbagai informasi mengenai pengelolaan keuangan, investasi, pasar modal, serta penggunaan layanan keuangan digital secara cepat dan luas sehingga mampu meningkatkan pemahaman dan pengetahuan keuangan individu. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), dimana individu cenderung menerima dan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dianggap bermanfaat (perceived usefulness) dan mudah digunakan (perceived ease of use). Dalam konteks penelitian ini, internet dipandang sebagai media yang memberikan kemudahan akses terhadap informasi dan edukasi keuangan sehingga mendorong mahasiswa untuk lebih memahami konsep pengelolaan keuangan dan investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Thomas et al. (2024) yang menyatakan bahwa teknologi digital dan financial technology memberikan pengaruh positif terhadap

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9388>

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

pemahaman serta inklusi keuangan mahasiswa karena mempermudah akses terhadap informasi dan layanan keuangan. Selain itu, Nisya et al. (2025) juga menemukan bahwa perkembangan financial technology berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z.

H4: Internet Influence berpengaruh langsung terhadap Minat Investasi.

Pada model kedua, Internet Influence berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Minat Investasi. Hasil ini memperkuat temuan Lim & Qi (2023) yang menunjukkan bahwa informasi serta opini yang beredar di komunitas internet memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk niat investasi pada kelompok dewasa muda. Selain itu, Fauzianti (2022) juga membuktikan bahwa influencer keuangan di media sosial mampu memberikan pengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi. Hal ini menegaskan bahwa pengaruh digital berperan nyata sebagai katalisator dalam membentuk niat investasi yang konkret di kalangan mahasiswa.

H8: Internet Influence berpengaruh tidak langsung terhadap Minat Investasi melalui Literasi Keuangan.

Berdasarkan hasil Sobel Test pada model jalur pertama, diperoleh nilai statistik uji sebesar 1,148 dengan p-value 0,250 yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak mampu memediasi pengaruh Internet Influence terhadap Minat Investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pada konteks mahasiswa FEB USU, peningkatan literasi keuangan yang dihasilkan dari paparan informasi digital belum berperan sebagai mekanisme perantara yang efektif dalam membentuk minat investasi. Meskipun internet berkontribusi dalam meningkatkan akses pengetahuan dan pemahaman keuangan, pengaruh tersebut tidak sepenuhnya terinternalisasi menjadi dorongan psikologis yang memicu niat berinvestasi.

Lebih lanjut, hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh Internet Influence terhadap Minat Investasi cenderung bersifat langsung, yang didorong oleh eksposur konten digital seperti informasi investasi, tren pasar, serta pengaruh sosial di media digital yang membentuk ketertarikan secara spontan. Dengan demikian, literasi keuangan dalam penelitian ini belum berfungsi sebagai jalur kognitif utama yang menjembatani hubungan antara Internet Influence dan Minat Investasi pada mahasiswa FEB USU.

3.10.2 Financial Technology (X2)

H2: Financial Technology (Fintech) berpengaruh langsung terhadap Literasi Keuangan.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Financial Technology tidak berpengaruh signifikan terhadap Literasi Keuangan. Meskipun menurut Technology Acceptance Model (TAM) penggunaan layanan fintech dianggap mampu memberikan pengalaman praktis yang memperkuat pemahaman keuangan pengguna, hasil empiris dalam penelitian ini tidak mendukung hubungan tersebut secara parsial. Temuan ini berbeda dengan penelitian Zaky & Hamidi (2022) dan Safiudin et al. (2024) yang menyatakan bahwa fintech berkontribusi positif terhadap kompetensi literasi keuangan penggunanya. Dengan demikian, fintech hanya bersifat fungsional dan pragmatis, sehingga belum cukup untuk memicu peningkatan literasi keuangan, ketersediaan teknologi keuangan saja tidak secara otomatis membentuk pemahaman keuangan yang lebih baik tanpa disertai motivasi dan kesadaran untuk belajar secara aktif.

H5: Financial Technology (Fintech) berpengaruh langsung terhadap Minat Investasi.

Variabel Financial Technology menunjukkan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi secara parsial. Hasil ini berbeda dengan temuan Sukarno et al. (2024) dan Wicaksono & Sundari (2025) yang menyatakan bahwa fintech menjadi faktor pendorong utama meningkatnya minat investasi di kalangan generasi muda. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh karakteristik penggunaan fintech pada responden penelitian ini yang lebih berfokus pada layanan transaksi sehari-hari daripada platform investasi. Dengan demikian, fintech sebaiknya dioptimalkan melalui fitur edukasi keuangan yang interaktif agar mampu secara efektif mendorong minat investasi penggunanya.

H9: Financial Technology (Fintech) berpengaruh tidak langsung terhadap Minat Investasi melalui Literasi Keuangan.

Hasil pengujian Sobel Test pada jalur kedua menunjukkan nilai statistik sebesar 0,855 dengan p-value 0,392 yang mengindikasikan bahwa Literasi Keuangan tidak mampu memediasi pengaruh Financial Technology terhadap

Minat Investasi, sehingga hipotesis ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa pada konteks mahasiswa FEB USU, pemanfaatan financial technology belum berfungsi sebagai mekanisme yang memperkuat literasi keuangan hingga berdampak pada peningkatan minat investasi. Meskipun fintech telah menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari, penggunaannya masih didominasi oleh fungsi praktis seperti transaksi dan pembayaran digital, sehingga belum berkembang menjadi sarana yang mendorong pendalaman pengetahuan keuangan maupun transformasi perilaku menuju investasi. Dengan demikian, financial technology dalam penelitian ini belum memberikan kontribusi tidak langsung melalui literasi keuangan dalam membentuk minat investasi mahasiswa FEB USU.

3.10.3 Persepsi Risiko

H3: Persepsi Risiko berpengaruh langsung terhadap Literasi Keuangan.

Variabel Persepsi Risiko menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman individu terhadap risiko keuangan, maka semakin tinggi pula tingkat literasi keuangannya. Kesadaran terhadap potensi kerugian dalam aktivitas keuangan mendorong individu untuk lebih berhati-hati dan aktif dalam mencari informasi serta pengetahuan terkait pengelolaan keuangan dan investasi. Dengan demikian, persepsi risiko tidak hanya dipahami sebagai faktor yang bersifat menghambat, tetapi juga sebagai pendorong peningkatan pemahaman keuangan individu. Temuan ini sejalan dengan Yanti dan Endri (2024) yang menyatakan bahwa pemahaman risiko merupakan salah satu komponen penting yang memengaruhi literasi keuangan seseorang.

H6: Persepsi Risiko berpengaruh langsung terhadap Minat Investasi.

Persepsi Risiko pada model kedua menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berinvestasi. Temuan tersebut menunjukkan arah hubungan yang berbeda dengan hipotesis awal penelitian yang menduga adanya pengaruh negatif antara persepsi risiko dan minat investasi. Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa FEB USU tidak memandang risiko sebagai hambatan dalam berinvestasi, melainkan sebagai konsekuensi yang melekat dalam aktivitas investasi yang perlu dipahami dan dikelola secara rasional. Latar belakang pendidikan ekonomi dan bisnis membuat mahasiswa memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai hubungan antara risiko dan return sehingga risiko dipersepsikan sebagai peluang untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Apriliani dan Murtanto (2023) yang menyatakan bahwa persepsi risiko yang tinggi cenderung menurunkan minat investasi, namun sejalan dengan Lim dan Qi (2023) yang menyatakan bahwa persepsi risiko yang dikelola dengan baik dapat mendorong pengambilan keputusan investasi secara lebih rasional dan terukur.

H10: Persepsi Risiko berpengaruh tidak langsung terhadap Minat Investasi melalui Literasi Keuangan.

Hasil pengujian Sobel Test pada jalur ketiga menunjukkan nilai statistik sebesar 1,103 dengan p-value 0,269 yang mengindikasikan bahwa Literasi Keuangan tidak mampu memediasi pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi, sehingga hipotesis ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks mahasiswa FEB USU, persepsi risiko tidak bekerja melalui peningkatan literasi keuangan, melainkan berpengaruh secara langsung dalam membentuk minat investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran terhadap risiko investasi telah menjadi pertimbangan kognitif yang cukup kuat bagi mahasiswa dalam menentukan ketertarikan terhadap investasi, tanpa harus melalui proses penguatan literasi keuangan terlebih dahulu. Dengan demikian, persepsi risiko dalam penelitian ini lebih berperan sebagai faktor penentu langsung yang mencerminkan kemampuan individu dalam mengevaluasi risiko dan peluang secara mandiri dalam pengambilan keputusan investasi.

3.10.4 Literasi Keuangan (M)

H7: Literasi Keuangan berpengaruh langsung terhadap Minat Investasi.

Hasil Variabel Literasi Keuangan menunjukkan variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi secara parsial. Hasil ini berbeda dengan temuan Juniarti et al. (2024) dan Utami et al. (2025) yang menyatakan literasi keuangan memiliki dampak positif signifikan dalam memicu niat investasi pada Generasi Z. Perbedaan ini dapat dipahami dalam konteks bahwa pemahaman keuangan yang baik tidak selalu berbanding lurus dengan tindakan nyata untuk berinvestasi. Didukung faktor-faktor lain seperti keterbatasan dana, kekhawatiran terhadap

kondisi pasar, atau prioritas kebutuhan yang lebih mendesak kemungkinan lebih dominan dalam menentukan keputusan untuk berinvestasi.

3.10.5 Simultan

H11: *Internet Influence, Financial Technology, Persepsi Risiko, dan Literasi Keuangan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi mahasiswa FEB USU.*

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa *Internet Influence*, *Financial Technology*, *Persepsi Risiko*, dan *Literasi Keuangan* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Minat Investasi* mahasiswa FEB USU. Hal ini dibuktikan melalui nilai F_{hitung} sebesar 35,248 ($p = 0,000$) yang mengindikasikan bahwa model penelitian layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Selain itu, nilai *Adjusted R²* sebesar 0,580 menunjukkan bahwa kombinasi keempat variabel tersebut mampu menjelaskan 58,0% variasi *Minat Investasi*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model seperti kondisi ekonomi, lingkungan sosial, akses modal, dan karakteristik individu.

Secara teoritis, temuan ini mengonfirmasi bahwa pembentukan minat investasi bersifat multidimensional dan selaras dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), di mana niat individu terbentuk melalui interaksi antara keyakinan, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam konteks ini, *Internet Influence* berperan sebagai sumber utama informasi yang membentuk eksposur dan ketertarikan awal terhadap investasi, sementara *Persepsi Risiko* dan *Literasi Keuangan* berfungsi sebagai faktor kognitif yang memengaruhi evaluasi rasional dalam pengambilan keputusan. Di sisi lain, *Financial Technology* merepresentasikan aspek kemudahan akses yang sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), meskipun kontribusinya secara parsial belum optimal dalam mendorong minat investasi. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa minat investasi tidak terbentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil integrasi antara paparan informasi digital, kemampuan kognitif finansial, serta kemudahan teknologi yang saling melengkapi dalam membentuk keputusan investasi mahasiswa FEB USU.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa minat investasi mahasiswa FEB Universitas Sumatera Utara secara signifikan dipengaruhi oleh *Internet Influence* dan *Persepsi Risiko*, sedangkan *Financial Technology* tidak menunjukkan pengaruh signifikan baik terhadap *Literasi Keuangan* maupun *Minat Investasi*, dan *Literasi Keuangan* juga tidak terbukti berpengaruh signifikan maupun berperan sebagai variabel mediasi; dengan demikian, pembentukan minat investasi pada responden penelitian ini lebih banyak ditentukan oleh paparan informasi digital dan evaluasi individu terhadap risiko dibandingkan oleh tingkat literasi keuangan formal, sementara secara simultan seluruh variabel dalam model tetap memiliki kemampuan penjelasan yang cukup kuat terhadap variasi *Minat Investasi* dengan nilai *Adjusted R²* sebesar 0,580, hasil ini mengindikasikan bahwa dalam konteks mahasiswa, proses pengambilan keputusan investasi cenderung bersifat langsung dan dipengaruhi oleh lingkungan digital serta persepsi subjektif terhadap risiko, bukan melalui mekanisme peningkatan pengetahuan keuangan terlebih dahulu, sehingga implikasinya peningkatan minat investasi lebih efektif apabila diarahkan pada penguatan literasi berbasis praktik digital dan pengembangan kemampuan analisis risiko yang aplikatif, serta untuk penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti kondisi ekonomi individu, akses modal, dan pengaruh sosial langsung agar model mampu menjelaskan perilaku investasi secara lebih komprehensif dan akurat.

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. Apriliani, D., & Murtanto. (2023). Pengaruh pengetahuan investasi, literasi keuangan, efikasi keuangan, persepsi risiko dan teknologi media sosial terhadap minat investasi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 15(2), 123-135.
3. Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
4. 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>
5. Fauzianti, A. (2022). Pengaruh modal awal investasi, pengetahuan investasi, sosial media influencer terhadap minat investasi mahasiswa akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 9, 26-35.
6. Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9388>

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

7. Gultom, J. A. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan financial attitude terhadap keputusan investasi pada usia produktif di Kota Yogyakarta. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
8. Juniarti, J., Putra, R., & Sari, D. (2024). Minat investasi saham generasi Z: Financial literacy dan risk tolerance. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(1), 45–58.
9. Lim, T. S., & Qi, P. C. (2023). Investigating the antecedents of investment intention and the mediating effect of investment self-efficacy among young adults in Shandong, China. *Global Business & Finance Review*, 28(2), 1–16. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.2.1>
10. Liu, H., Lin, J., & Lin, J. (2021). Impact of internet integrated financial education on students' financial awareness and financial behavior. *Frontiers in Psychology*, 12, 751709. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.751709>
11. Nisya, A. K., Violinda, Q., & Sutrisno. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan financial technology terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di Semarang (Studi kasus pada mahasiswa universitas swasta di Semarang). *Jurnal Transformasi Ekonomi dan Inovasi Keuangan*, 9(3), 157–171. <https://journal.fexaria.com/j/index.php/jteik/article/view/422>
12. Park, R. E. (1966). Estimation with heteroscedastic error terms. *Econometrica*, 34(4), 888. <https://doi.org/10.2307/1910108>
13. Safiudin, A., Wahjono, S. I., & Mahardhika, B. W. (2024). Peran literasi keuangan, digital payment system dan penggunaan internet terhadap tingkat keberhasilan OVO. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(1), 34–47.
14. Sukarno, A., Hidayat, T., & Pratama, R. (2024). The effect of financial literacy, motivation, return to investment, social media, and fintech on investment intention in the millennial generation. *International Journal of Economics and Finance*, 10(2), 112–125.
15. Thomas, G. N., Nur, S. M. R., & Indriaty, L. (2024). The impact of financial literacy, social capital, and financial technology on financial inclusion of Indonesian students. *IRJEMS International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(4), 308–315. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V3I4P140>
16. Utami, E. M., Gusni, G., Yuliani, R., & Pesakovic, G. (2025). Financial knowledge and social influence on generation Z intention to invest: The mediating role of financial attitude and literacy. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 40(1), 121–147. <https://doi.org/10.56444/mem.v40i1.5378>
17. Wicaksono, R. E., & Sundari, S. (2025). Pengaruh herding behavior, expected return, risk perception, dan financial technology terhadap investment decision. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer*, 8(2). <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/JAKK>
18. Yanti, L., & Endri, E. (2024). Financial behavior, overconfidence, risk perception and investment decisions: The mediating role of financial literacy. *Journal of Economics and Business Research*, 9(2), 77–90.
19. Zaky, M., & Hamidi, D. Z. (2022). The role of financial technology in improving financial literacy for MSME actors. Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review, 11, 257–266. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i14.11974>