



Peran Persepsi Risiko Dalam Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa di Kota Kediri

Annas AQ. Al-Gifari^{1*}, Umi Nadhiroh², Anita Sumelvia Dewi³, Ricard Ryan Fahrezi⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri, Kediri, Jawa Timur, Indonesia, 64127

*Penulis Korespondensi: annasalgifari@gmail.com, uminadhiroh@uniska-kediri.ac.id, anita@uniska-kediri.ac.id, ricardc659@gmail.com

Abstract. Investment decisions among university students have become increasingly important along with the rapid growth of digital investment platforms and investment-related information on social media. This study aims to examine the effect of financial literacy and social media on investment decisions through risk perception as a mediating variable among university students in Kediri City. This research used a quantitative explanatory approach. The sample consisted of 160 students who had investment experience in the capital market and were selected using purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire using a five-point Likert scale. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS. The results show that financial literacy has a positive and significant effect on investment decisions. Social media also has a positive and significant effect on investment decisions. Financial literacy and social media have positive and significant effects on risk perception, while risk perception has a positive and significant effect on investment decisions. Furthermore, risk perception mediates the relationship between financial literacy and investment decisions, as well as the relationship between social media and investment decisions. These findings indicate that students' investment decisions are shaped by cognitive ability, digital information exposure, and risk evaluation. The study implies that financial education and critical evaluation of social media investment content are essential for improving students' investment decision quality.

Keywords: financial literacy; social media; investment decision; risk perception; SEM-PLS

Abstrak. Keputusan investasi mahasiswa menjadi semakin penting seiring berkembangnya platform investasi digital dan meningkatnya paparan informasi investasi melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi melalui persepsi risiko sebagai variabel mediasi pada mahasiswa di Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Sampel penelitian berjumlah 160 mahasiswa yang telah memiliki pengalaman investasi di pasar modal dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan skala Likert lima poin. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Media sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Literasi keuangan dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi risiko, sedangkan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Persepsi risiko terbukti memediasi pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan investasi mahasiswa dibentuk oleh kemampuan kognitif, paparan informasi digital, dan evaluasi terhadap risiko. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya edukasi keuangan dan sikap kritis mahasiswa dalam menyaring informasi investasi dari media sosial.

Kata kunci: literasi keuangan; media sosial; keputusan investasi; persepsi risiko; SEM-PLS

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi finansial telah mengubah cara masyarakat mengakses produk investasi. Proses pembukaan rekening investasi yang semakin mudah, biaya transaksi yang lebih rendah, serta ketersediaan aplikasi investasi digital mendorong meningkatnya partisipasi investor ritel di Indonesia. Kondisi ini terlihat dari semakin dominannya kelompok usia muda dalam pasar modal. Mahasiswa menjadi kelompok yang relevan untuk dikaji karena berada pada fase awal pengambilan keputusan keuangan dan pada saat yang sama memiliki akses tinggi terhadap teknologi digital.

Peningkatan akses investasi tidak selalu diikuti oleh kemampuan memahami informasi keuangan secara memadai. Kesenjangan antara inklusi dan literasi keuangan menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan layanan keuangan belum tentu disertai kemampuan menilai risiko dan manfaat dari produk investasi. Literasi keuangan menjadi faktor penting karena membantu individu memahami konsep risiko, return, diversifikasi, serta kemampuan mengevaluasi informasi sebelum mengambil keputusan investasi. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih baik cenderung memiliki dasar kognitif yang lebih kuat dalam menentukan pilihan investasi.

Selain literasi keuangan, media sosial menjadi faktor penting dalam perilaku investasi generasi muda. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi investasi. Konten edukasi keuangan, ulasan saham, rekomendasi instrumen investasi, pengalaman investor, hingga opini influencer dapat dengan mudah diakses oleh mahasiswa. Paparan informasi yang cepat dan berulang berpotensi membentuk pemahaman, preferensi, dan penilaian mahasiswa terhadap risiko investasi. Beberapa studi terbaru menunjukkan bahwa media sosial dapat memengaruhi perilaku investasi, baik melalui pembentukan sentimen, persepsi terhadap informasi keuangan, maupun persepsi risiko (Kuerzinger & Stangor, 2024; Sathya & Prabhavathi, 2024; Yoga et al., 2025).

Keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh informasi dan pengetahuan, tetapi juga oleh cara individu menilai ketidakpastian. Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan kerugian dalam suatu aktivitas investasi. Dalam perspektif behavioral finance, investor tidak selalu mengambil keputusan secara sepenuhnya rasional karena proses pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh

keterbatasan kognitif, emosi, pengalaman, dan cara individu membingkai risiko. Persepsi risiko dalam konteks penelitian ini dipahami bukan sekadar rasa takut terhadap risiko, tetapi sebagai kesadaran, pertimbangan, dan kehati-hatian mahasiswa dalam menilai potensi kerugian sebelum berinvestasi.

Penelitian terdahulu telah menguji hubungan antara literasi keuangan, media sosial, persepsi risiko, dan keputusan investasi. Namun, sebagian penelitian masih menguji hubungan antarvariabel secara parsial. Beberapa studi menekankan pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi, sementara studi lain menyoroti pengaruh media sosial terhadap perilaku investasi generasi muda. Masih diperlukan penelitian yang mengintegrasikan literasi keuangan dan media sosial sebagai faktor kognitif dan informasi digital dalam satu model, dengan persepsi risiko sebagai mekanisme mediasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi mahasiswa di Kota Kediri, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui persepsi risiko sebagai variabel mediasi.

2. KAJIAN TEORITIS

Behavioral finance menjelaskan bahwa keputusan keuangan tidak selalu diambil melalui proses rasional sepenuhnya. Investor sering menghadapi keterbatasan dalam mengolah informasi, sehingga keputusan investasi dapat dipengaruhi oleh bias kognitif, emosi, pengalaman, dan persepsi terhadap risiko. Perspektif ini relevan dalam menjelaskan perilaku investasi mahasiswa karena investor pemula cenderung menghadapi keterbatasan pengalaman dan banyak menerima informasi dari lingkungan digital. Prospect theory juga menjelaskan bahwa individu menilai keputusan berisiko berdasarkan persepsi terhadap potensi keuntungan dan kerugian, bukan semata-mata berdasarkan nilai objektif dari suatu pilihan investasi (Kahneman & Tversky, 1979).

Keputusan investasi merupakan proses individu dalam menentukan pilihan penempatan dana pada instrumen tertentu dengan mempertimbangkan risiko dan return. Dalam konteks mahasiswa, keputusan investasi mencerminkan kemampuan memilih instrumen investasi, mempertimbangkan risiko, menilai potensi keuntungan, dan memiliki keyakinan dalam mengambil keputusan. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memahami informasi keuangan serta sumber informasi yang digunakan sebelum melakukan investasi.

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep dasar keuangan dan menerapkannya dalam pengambilan keputusan finansial. Literasi keuangan mencakup pemahaman terhadap inflasi, suku bunga, risiko, return, pengelolaan keuangan pribadi, dan kemampuan mengevaluasi informasi investasi. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengambil keputusan investasi secara lebih rasional karena memiliki pemahaman yang lebih memadai mengenai risiko dan potensi keuntungan. Oleh karena itu, literasi keuangan diperkirakan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi dan persepsi risiko.

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu memperoleh, membagikan, dan mendiskusikan informasi investasi. Informasi yang diperoleh dari media sosial dapat membentuk ketertarikan, kepercayaan, dan pertimbangan individu terhadap suatu instrumen investasi. Namun, informasi investasi di media sosial tidak selalu memiliki kualitas yang sama. Sebagian informasi bersifat edukatif, sementara sebagian lain dapat bersifat spekulatif, tidak terverifikasi, atau dipengaruhi kepentingan promosi. Oleh karena itu, media sosial dapat memengaruhi keputusan investasi secara langsung dan juga secara tidak langsung melalui pembentukan persepsi risiko.

Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan kerugian dan ketidakpastian hasil investasi. Dalam penelitian ini, persepsi risiko diposisikan sebagai variabel mediasi karena dapat menjelaskan bagaimana literasi keuangan dan media sosial diterjemahkan menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan baik dapat memahami risiko secara lebih terukur. Di sisi lain, mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial dapat membentuk persepsi risiko berdasarkan informasi dan pengalaman yang diperoleh dari ruang digital. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menguji tujuh hubungan utama, yaitu pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi, pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi, pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi risiko, pengaruh media sosial terhadap persepsi risiko, pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi, serta peran mediasi persepsi risiko pada hubungan literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan menguji hubungan kausal antara literasi keuangan, media sosial, persepsi risiko, dan keputusan investasi. Lokasi penelitian berada di Kota Kediri dengan subjek mahasiswa yang telah memiliki pengalaman investasi di pasar modal. Populasi penelitian adalah mahasiswa pada perguruan tinggi di Kota Kediri yang memiliki akses terhadap aktivitas edukasi dan investasi pasar modal. Sampel penelitian berjumlah 160 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria responden meliputi mahasiswa aktif, telah melakukan investasi di pasar modal, dan bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Variabel keputusan investasi diukur melalui kemampuan menentukan pilihan investasi, pertimbangan risiko, pertimbangan keuntungan, dan keyakinan dalam mengambil keputusan. Variabel literasi keuangan diukur melalui pemahaman konsep dasar keuangan, pemahaman risiko dan keuntungan investasi, kemampuan mengelola keuangan pribadi, serta kemampuan mengevaluasi informasi keuangan. Variabel media sosial diukur melalui intensitas penggunaan, ketertarikan terhadap konten investasi, kepercayaan terhadap informasi investasi, dan pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi. Variabel persepsi risiko diukur melalui persepsi kemungkinan kerugian, ketidakpastian investasi, kekhawatiran terhadap risiko, dan kehati-hatian dalam investasi.

Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Analisis dilakukan melalui evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural. Model pengukuran diuji melalui *outer loading*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*, *Cronbach's Alpha*, dan *Composite Reliability*. Model struktural diuji melalui *R-square*, *Variance Inflation Factor (VIF)*, uji hipotesis dengan *bootstrapping*, serta uji mediasi melalui *specific indirect effect*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN (Sub judul level 1)

A. Karakteristik Responden

Responden penelitian berjumlah 160 mahasiswa yang berasal dari empat perguruan tinggi di Kota Kediri. Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki berjumlah 83 orang atau 52%, sedangkan responden perempuan berjumlah 77 orang atau 48%. Komposisi tersebut menunjukkan distribusi yang relatif seimbang. Berdasarkan usia, responden paling dominan berada pada rentang 20–22 tahun sebanyak 51 orang atau 32%, diikuti usia 23–25 tahun sebanyak 45 orang atau 28%, usia di bawah 20 tahun sebanyak 40 orang atau 25%, dan usia di atas 25 tahun sebanyak 24 orang atau 15%. Berdasarkan pengalaman investasi, responden dengan pengalaman 1–2 tahun menjadi kelompok terbesar sebesar 37%, diikuti pengalaman lebih dari 2 tahun sebesar 32%, dan pengalaman kurang dari 1 tahun sebesar 31%.

Tabel 1
Sebaran Perguruan Tinggi Responden

Perguruan Tinggi	Jumlah	Persentase
Universitas Kediri	33	21%
Universitas Islam Kediri	50	31%
Universitas Nusantara PGRI Kediri	45	28%
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri	32	20%
Jumlah	160	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2026.

Sebaran responden menunjukkan bahwa penelitian tidak hanya terpusat pada satu institusi. Universitas Islam Kediri memiliki jumlah responden terbesar, tetapi selisih dengan perguruan tinggi lain tidak terlalu ekstrem. Kondisi ini menunjukkan bahwa data penelitian mencerminkan variasi latar belakang akademik mahasiswa di Kota Kediri.

B. Analisis Deskriptif

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keputusan Investasi	160	9.00	40.00	28.7188	7.17979
Literasi Keuangan	160	10.00	40.00	29.3937	7.86689
Media Sosial	160	12.00	40.00	29.9250	6.73352
Persepsi Risiko	160	8.00	40.00	28.9000	7.80356

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS, 2026

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi. Media sosial memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 29,9250,

yang menunjukkan bahwa responden cukup aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi investasi. Literasi keuangan memiliki nilai rata-rata sebesar 29,3937, yang menggambarkan bahwa responden memiliki pemahaman keuangan yang cukup baik. Persepsi risiko memiliki nilai rata-rata sebesar 28,9000, sedangkan keputusan investasi memiliki nilai rata-rata sebesar 28,7188. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memiliki akses terhadap informasi investasi, tetapi juga memiliki kesadaran terhadap risiko dan kemampuan mengambil keputusan investasi.

C. Evaluasi Model Pengukuran

Pengujian validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,70 dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dalam merepresentasikan konstruk masing-masing. Nilai AVE juga menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria validitas konvergen karena memiliki nilai di atas 0,50.

Tabel 3
Hasil Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Keputusan Investasi	0.612
Literasi Keuangan	0.676
Media Sosial	0.582
Persepsi Risiko	0.681

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SmartPLS, 2026

Nilai AVE tertinggi terdapat pada variabel persepsi risiko sebesar 0,681, diikuti literasi keuangan sebesar 0,676, keputusan investasi sebesar 0,612, dan media sosial sebesar 0,582. Seluruh nilai tersebut menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% variansi indikatornya. Uji validitas diskriminan menggunakan HTMT juga menunjukkan bahwa seluruh nilai berada di bawah 0,90, sehingga setiap konstruk dalam model dapat dibedakan secara empiris.

Tabel 4
Hasil Reliabilitas Konstruk

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Keputusan Investasi	0.909	0.927
Literasi Keuangan	0.931	0.943
Media Sosial	0.897	0.917
Persepsi Risiko	0.932	0.944

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SmartPLS, 2026

Seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel untuk digunakan dalam pengujian model struktural.

D. Evaluasi Model Konstruk

Tabel 5
Hasil Koefisien Determinasi

Variabel Endogen	R-square	R-square Adjusted
Keputusan Investasi	0.529	0.520
Persepsi Risiko	0.530	0.524

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SmartPLS, 2026

Nilai R-square pada keputusan investasi sebesar 0,529 menunjukkan bahwa literasi keuangan, media sosial, dan persepsi risiko mampu menjelaskan 52,9% variasi keputusan investasi mahasiswa. Sisanya sebesar 47,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai R-square pada persepsi risiko sebesar 0,530 menunjukkan bahwa literasi keuangan dan media sosial mampu menjelaskan 53% variasi persepsi risiko. Berdasarkan kriteria PLS-SEM, nilai tersebut termasuk kategori moderat. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik.

Pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh nilai VIF berada di bawah 5. Dengan demikian, model penelitian tidak memiliki masalah multikolinearitas dan dapat digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel.

E. Uji Hipotesis

Tabel 6
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Koefisien	T-statistic	P-value	Keputusan
H1	Literasi Keuangan → Keputusan Investasi	0.363	5.959	0.000	Diterima
H2	Media Sosial → Keputusan Investasi	0.272	3.865	0.000	Diterima
H3	Literasi Keuangan → Persepsi Risiko	0.428	7.259	0.000	Diterima
H4	Media Sosial → Persepsi Risiko	0.540	10.893	0.000	Diterima
H5	Persepsi Risiko → Keputusan Investasi	0.305	3.679	0.000	Diterima

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SmartPLS, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Nilai koefisien sebesar 0,363 menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan diikuti oleh peningkatan kualitas keputusan investasi mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai risiko, return, diversifikasi, dan informasi keuangan cenderung mampu mengambil keputusan investasi secara lebih rasional. Temuan ini sejalan dengan Waheed et al. (2020), Sunarko dan Sutrisno (2025), Ramadhianto et al. (2025), serta Ardani dan Setyawan (2025) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam keputusan investasi.

Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi dengan koefisien sebesar 0,272. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi investasi yang diperoleh melalui media sosial dapat memengaruhi pertimbangan mahasiswa dalam menentukan pilihan investasi. Media sosial memberikan akses cepat terhadap konten edukasi, opini investor, ulasan pasar, dan pengalaman pengguna lain. Namun, pengaruh positif ini tetap perlu dibaca secara hati-hati karena informasi media sosial tidak selalu terverifikasi. Temuan ini mendukung studi Kuerzinger dan Stangor (2024), Sathya dan Prabhavathi (2024), serta Yoga et al. (2025) yang menunjukkan bahwa media sosial dapat membentuk perilaku investasi generasi muda.

Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi risiko dengan koefisien sebesar 0,428. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan yang lebih baik memiliki kemampuan lebih kuat dalam memahami dan mempertimbangkan risiko investasi. Literasi keuangan tidak menghilangkan risiko, tetapi membantu mahasiswa menilai risiko secara lebih terukur. Dengan pemahaman yang memadai, risiko tidak hanya dipersepsikan sebagai ancaman, tetapi juga sebagai bagian dari proses evaluasi dalam investasi.

Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi risiko dengan koefisien sebesar 0,540. Koefisien ini merupakan yang paling besar dalam model, sehingga menunjukkan bahwa media sosial memiliki kontribusi kuat dalam membentuk persepsi risiko mahasiswa. Paparan terhadap konten investasi, pengalaman investor lain, dan opini yang berkembang di media sosial dapat memengaruhi cara mahasiswa menilai peluang dan ketidakpastian investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi risiko mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh paparan informasi digital dibandingkan hanya oleh pemahaman keuangan internal.

Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi dengan koefisien sebesar 0,305. Hasil ini perlu dimaknai secara tepat. Persepsi risiko dalam penelitian ini tidak semata-mata menunjukkan rasa takut terhadap risiko, tetapi lebih dekat pada kesadaran, pertimbangan, dan kehati-hatian mahasiswa terhadap kemungkinan kerugian. Dengan demikian, semakin baik mahasiswa memahami dan mempertimbangkan risiko, semakin baik pula kualitas keputusan investasi yang diambil. Temuan ini mendukung pendekatan behavioral finance yang menempatkan persepsi risiko sebagai faktor psikologis penting dalam keputusan investasi.

F. Uji Mediasi

Tabel 7
Hasil Uji Mediasi

Hubungan	Koefisien	<i>T-statistic</i>	<i>P-value</i>	Keterangan
Literasi Keuangan → Persepsi Risiko → Keputusan Investasi	0.131	3.133	0.002	Signifikan
Media Sosial → Persepsi Risiko → Keputusan Investasi	0.165	3.402	0.001	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SmartPLS, 2026

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa persepsi risiko mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,131 dengan p-value 0,002 menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap keputusan investasi, tetapi juga melalui pembentukan persepsi risiko. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan lebih baik cenderung mampu memahami risiko dengan lebih proporsional, sehingga keputusan investasinya menjadi lebih terarah. Karena pengaruh langsung literasi keuangan terhadap keputusan investasi juga signifikan, maka mediasi yang terjadi bersifat parsial.

Persepsi risiko juga memediasi pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi. Nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,165 dengan p-value 0,001 menunjukkan bahwa informasi dari media sosial dapat membentuk persepsi risiko mahasiswa sebelum mereka mengambil keputusan investasi. Namun, pengaruh tidak langsung ini tidak lebih besar daripada pengaruh langsung media sosial terhadap keputusan investasi yang bernilai 0,272. Oleh karena itu, interpretasi yang lebih tepat adalah media sosial memengaruhi keputusan investasi melalui dua jalur, yaitu jalur langsung dan jalur tidak langsung melalui persepsi risiko. Jalur media sosial terhadap

persepsi risiko menjadi jalur paling kuat dalam model, tetapi efek mediasi media sosial terhadap keputusan investasi tetap berperan sebagai pelengkap dari pengaruh langsung.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi mahasiswa dibentuk oleh kombinasi faktor rasional, faktor informasi digital, dan faktor perseptual. Literasi keuangan berfungsi sebagai dasar kognitif dalam memahami investasi. Media sosial berfungsi sebagai sumber informasi eksternal yang memengaruhi preferensi dan persepsi. Persepsi risiko berperan sebagai mekanisme evaluasi yang menghubungkan pengetahuan dan informasi digital dengan keputusan investasi. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa perilaku investasi mahasiswa tidak dapat dijelaskan hanya melalui pendekatan rasional, tetapi juga perlu mempertimbangkan pengaruh lingkungan digital dan cara mahasiswa menilai risiko.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, media sosial, dan persepsi risiko memiliki peran penting dalam membentuk keputusan investasi mahasiswa di Kota Kediri. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sehingga pemahaman mahasiswa mengenai konsep keuangan, risiko, dan keuntungan investasi berkontribusi terhadap kualitas pengambilan keputusan. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sehingga informasi investasi yang diperoleh melalui *platform* digital dapat menjadi salah satu dasar pertimbangan mahasiswa dalam memilih instrumen investasi. Literasi keuangan dan media sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi risiko, sedangkan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Persepsi risiko terbukti memediasi pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi, sehingga keputusan investasi mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan keuangan, tetapi juga oleh paparan informasi digital dan kemampuan menilai risiko secara hati-hati.

Mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan agar mampu mengambil keputusan investasi secara lebih rasional dan tidak hanya mengikuti tren yang berkembang di media sosial. Mahasiswa juga perlu lebih selektif dalam menggunakan informasi investasi dari media sosial karena tidak semua konten memiliki akurasi, sumber yang jelas, dan dasar analisis yang memadai. Perguruan tinggi dapat memperkuat edukasi investasi melalui seminar, pelatihan, *workshop*, dan optimalisasi peran Galeri Investasi

sebagai sarana pembelajaran pasar modal bagi mahasiswa. Regulator dan penyedia *platform* investasi juga perlu menyusun edukasi digital yang lebih bertanggung jawab agar investor muda memiliki pemahaman yang memadai sebelum mengambil keputusan investasi.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup objek yang hanya mencakup mahasiswa di Kota Kediri dan variabel penelitian yang terbatas pada literasi keuangan, media sosial, persepsi risiko, dan keputusan investasi. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian pada wilayah yang lebih besar serta menambahkan variabel lain seperti *financial self-efficacy*, *herding behavior*, *overconfidence bias*, pendapatan, pengalaman investasi, dan lingkungan sosial. Pengembangan model tersebut diperlukan agar perilaku investasi generasi muda dapat dijelaskan secara lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri serta seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Artikel ini merupakan bagian dari penelitian skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, K. S., & Setyawan, M. D. (2025). The influence of self-efficacy, financial literacy, and risk perception on investment decisions: Study on students of the Faculty of Economics and Business, State University of Surabaya. *International Journal of Asian Business and Management*, 4(4). <https://doi.org/10.55927/ijabm.v4i4.468>
- Baker, H. K., Kumar, S., & Goyal, N. (2022). Behavioral biases and investment decision making: A systematic literature review. *International Review of Economics & Finance*, 80, 709–732. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2022.02.017>
- Barberis, N., & Thaler, R. (2021). Behavioral finance. In G. Constantinides, M. Harris, & R. Stulz (Eds.), *Handbook of the economics of finance* (Vol. 2B, pp. 1053–1128). Elsevier.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2021). *Investments* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- CFA Institute. (2024). *The finfluencer appeal: Investing in the age of social media*. CFA Institute Research and Policy Center. <https://doi.org/10.56227/24.1.1>
- Farrell, L., Fry, T. R. L., & Risse, L. (2022). The significance of financial self-efficacy in explaining women's financial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 88,

102476. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2021.102476>

- Ghozali, I. (2021). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hirschey, M., & Nofsinger, J. R. (2020). *Investments: Analysis and behavior* (3rd ed.). McGraw-Hill Education.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kuerzinger, L., & Stangor, P. (2024). The relevance and influence of social media posts on investment decisions of young and social media-savvy individuals: An experimental approach based on Tweets. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2024.101005>
- 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>
- Nofsinger, J. R. (2018). *The psychology of investing* (6th ed.). Routledge.
- OECD. (2020). *OECD/INFE 2020 international survey of adult financial literacy*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Siaran pers pasar modal Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Ramadhianto, D. R., et al. (2025). The influence of financial self-efficacy, risk perception, financial literacy, and herding on investment decision. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2). <https://doi.org/10.57178/atestasi.v8i2.1692>
- Sathya, N., & Prabhavathi, C. (2024). The influence of social media on investment decision-making: Examining behavioral biases, risk perception, and mediation effects. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 15, 957–963. <https://doi.org/10.1007/s13198-023-02182-x>
- Sensor Tower. (2025). *Indonesia peringkat 2 dunia durasi penggunaan aplikasi mobile*. Sensor Tower.
- Slovic, P. (2000). *The perception of risk*. Earthscan Publications.
- Sunarko, C., & Sutrisno. (2025). The effect of financial literacy, financial self-efficacy, financial technology literacy, and risk perception on stock investment decisions: Millennials preferences. *Asian Management and Business Review*, 5(1). <https://dx.doi.org/10.20885/AMBR.vol5.iss1.art2>
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar modal: Manajemen portofolio dan investasi*. Kanisius.
- Tannady, H., et al. (2022). Peran literasi keuangan dan karakteristik kepribadian terhadap keputusan investasi Gen-Z di Provinsi DKI Jakarta dengan persepsi risiko sebagai variabel intervening. *Jurnal Kewarganegaraan*.
- Thaler, R. H. (2016). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. W. W. Norton

& Company.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage Publications.

Waheed, H., et al. (2020). The mediating role of risk perception in the relationship between financial literacy and investment decision. *Jurnal Ekonomi dan Studi Akuntansi (JESYA)*. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1745>

Yoga, I., Hastuti, R., Pramesti, W., & Rahmayati, A. (2025). The power of social media: Shaping risk perception and investment decisions among young equity investors. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11(1), 187–203. <https://doi.org/10.29300/aij.v11i1.5205>