MUSYTARI
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol. 24 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

ISSN : 3025-9495

Pengaruh *Financial Literacy* dan Pendapatan Mahasiswa terhadap Keputusan Investasi yang Dimediasi oleh *Social Media Exposure* pada Mahasiswa S1 Universitas Budi Luhur

Rachmi Aulia [1]
Dr. Pambuko Naryoto, S.E, M.M[2]
E-mail: 2131520278@student.budiluhur.ac.id[1], pambuko.naryoto@budiluhur.ac.id[2]
**Korespondensi penulis: 2131520278@student.budiluhur.ac.id*
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Abstract
This study aims to analyze the influence of financial literacy and income on students' investment decisions, with social media exposure as an intervening variable. This study used a quantitative method with an explanatory research approach. Data were collected through a questionnaire from 114 active undergraduate students at Budi Luhur University in the current semester who had an interest or experience in investing. The analytical tool used was Smart-PLS software version 3.29. The analysis was conducted using the Partial Least Square (PLS) method.

***Keywords**: Financial Literacy, Income, Investment Decisions and Social Media Exposure*

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi mahasiswa dengan *social media exposure* sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 114 mahasiswa S1 aktif Universitas Budi Luhur semester yang memiliki minat atau pengalaman dalam investasi. Alat analisis yang digunakan adalah software Smart-PLS versi 3.29, Analisis dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS).

Kata kunci: *Financial Literacy,* Pendapatan, Keputusan Investasi dan *Social Media Exposure*

Article history
Received: Agustus 2025
Reviewed: Agustus 2025
Published: Agustus 2025

Plagirism checker no 80
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.365
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang serba cepat, kemampuan literasi keuangan menjadi kompetensi esensial, khususnya bagi mahasiswa sebagai generasi digital native. Mahasiswa kini tidak hanya dituntut memahami konsep keuangan dasar, tetapi juga mampu mengelola pendapatan dan mengambil keputusan investasi yang cerdas. Meskipun literasi keuangan dianggap sebagai faktor kunci, studi menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang tinggi tidak selalu sejalan dengan keputusan investasi yang optimal. Hal serupa juga berlaku pada pendapatan mahasiswa, yang meskipun tinggi, belum tentu mendorong perilaku investasi secara langsung, karena dipengaruhi oleh preferensi, tekanan sosial, dan faktor psikologis.

Di sisi lain, media sosial telah menjadi sumber utama informasi keuangan bagi mahasiswa. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memengaruhi persepsi dan keputusan investasi, sering kali melalui konten yang tidak disertai edukasi memadai. Paparan terhadap konten investasi ini dapat memperkuat atau memediasi hubungan antara literasi keuangan dan pendapatan dengan keputusan

investasi mahasiswa. Fenomena "finfluencer", bias kognitif, dan herd behavior menjadi risiko tersendiri bagi pengambilan keputusan investasi berbasis media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi mahasiswa, dengan social media exposure sebagai variabel intervening. Pendekatan ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai interaksi antarvariabel dalam konteks digital saat ini, sekaligus menjawab gap empiris terkait mekanisme pengaruh tidak langsung dalam perilaku investasi mahasiswa. Hasilnya diharapkan dapat memberikan implikasi praktis bagi strategi edukasi keuangan yang lebih adaptif terhadap perkembangan digital dan karakteristik mahasiswa masa kini.

2. LANDASAN TEORI

Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami, mengevaluasi, dan mengelola informasi keuangan untuk membuat keputusan yang tepat. Huston (2010) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pemahaman akan konsep keuangan dasar serta penerapannya dalam konteks kehidupan sehari-hari, seperti perencanaan anggaran, pengelolaan utang, dan investasi.

Pengertian Pendapatan

Dewi & Purbawangsa (2018) menegaskan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuannya dalam menyisihkan dana untuk diinvestasikan. Namun, pendapatan yang tinggi tidak selalu diikuti dengan keputusan investasi yang baik, karena keputusan tersebut juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti literasi keuangan dan perilaku konsumsi. Pendapatan adalah hasil yang diperoleh individu dari aktivitas kerja atau usaha, baik yang bersifat tetap maupun tidak tetap. Dalam konteks penelitian ini, pendapatan mahasiswa dapat berasal dari pekerjaan paruh waktu, bisnis online, beasiswa, atau uang saku dari orang tua.

Pengertian Media Sosial Exposure

Kaplan & Haenlein (2010) menyebutkan bahwa media sosial menciptakan diseminasi informasi horizontal yang memungkinkan setiap orang menjadi penyebar atau penerima informasi tanpa batasan institusional. Dalam praktiknya, mahasiswa banyak memperoleh informasi tentang saham, reksadana, kripto, dan investasi lainnya melalui Instagram, TikTok, YouTube, bahkan Twitter/X.

Pengertian Keputusan Investasi

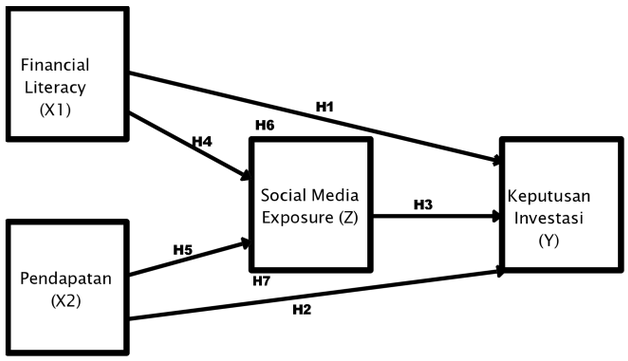
Sharpe, Alexander, & Bailey (1999) menjelaskan bahwa keputusan investasi melibatkan tiga variabel utama: *return expected* (keuntungan yang diharapkan), *risk* (risiko yang ditanggung), dan *time horizon* (jangka waktu). Dalam praktiknya, mahasiswa belum sepenuhnya memahami tiga variabel ini, dan kerap melakukan investasi secara impulsif.

Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dalam penelitian ini didasarkan pada teori perilaku keuangan dan model pengambilan keputusan investasi. Secara konseptual literasi keuangan, pendapatan, dan media sosial

MUSYTARI
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol. 24 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359
ISSN : 3025-9495

dipandang sebagai variabel bebas yang dapat memengaruhi keputusan investasi mahasiswa sebagai variabel terikat.



Sumber : Kerangka teoritis disusun oleh penulis.

Gambar 1. Kerangka Teoritis

Hipotesis Penelitan

H1: Financial literacy berpengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa.

→ Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi cenderung lebih rasional dan aktif dalam pengambilan keputusan investasi.

H2: Pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa.

→ Semakin tinggi pendapatan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin besar kemungkinan mereka berinvestasi.

H3: Financial literacyberpengaruh positif terhadap social media exposure.

→ Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih aktif mencari informasi investasi melalui media sosial.

H4: Pendapatan berpengaruh positif terhadap social media exposure.

→ Mahasiswa dengan pendapatan lebih tinggi lebih aktif dalam mengakses informasi keuangan di media sosial.

H5: Social media exposure berpengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa.

→ Semakin tinggi paparan mahasiswa terhadap konten investasi di media sosial, maka semakin besar kemungkinan mereka mengambil keputusan investasi.

H6: Social media exposure memediasi pengaruh financial literacy terhadap keputusan investasi.

→ Financial literacy memengaruhi keputusan investasi secara tidak langsung melalui social media exposure.

H7: Social media exposure memediasi pengaruh pendapatan terhadap keputusan investasi.

→ Pendapatan memengaruhi keputusan investasi secara tidak langsung melalui social media exposure.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 Universitas Budi yang memiliki minat atau pengalaman dalam aktivitas investasi baik secara langsung seperti saham, reksa dana, dan kripto, maupun secara tidak langsung seperti mengikuti diskusi atau mengonsumsi konten terkait investasi dan aktif menggunakan media social seperti Instagram, TikTok, YouTube, X/Twitter

MUSYTARI
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol. 24 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359
ISSN : 3025-9495

Sampel Penelitian

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel memperhatikan pertimbangan kriteria-kriteria di dalam populasi penelitian. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan merujuk pada pedoman yang dikemukakan Hair et al (2019), yaitu jumlah sampel yang ideal dalam analisis minimal 10 kali jumlah indikator pada konstruk (variabel laten) yang memiliki indikator terbanyak**.**

4. HASIL PENELITIAN

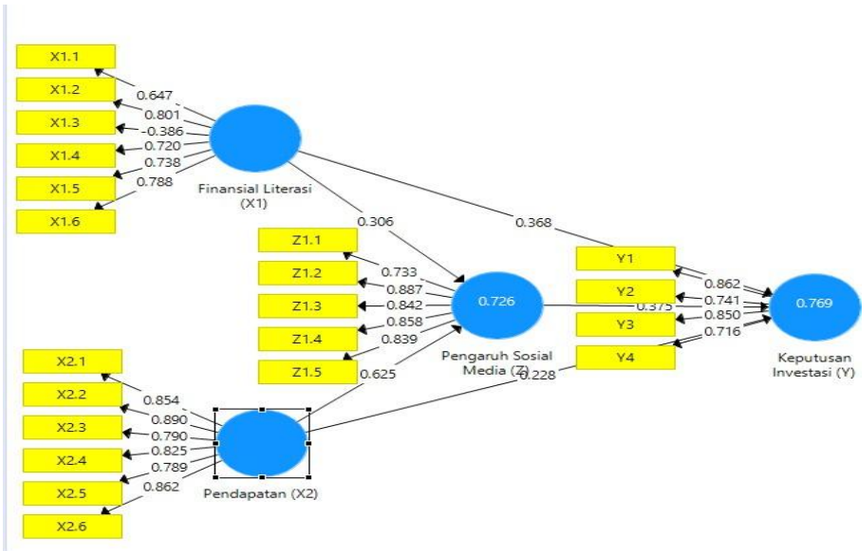
Alat Analisis Data

Data yang telah terkumpul dalam penelitian ini dianalisis menggunakan dengan metode *Partial Least Square (PLS)*. Data tersebut diperoleh dari 114 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Budi Luhur. Tahapan analisis data mencakup dua bagian utama, yaitu evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model). Pengujian outer model adalah untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan valid dan reliabel dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Sementara itu, pengujian *inner model* adalah untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, serta untuk menguji kekuatan prediksi model.

Uji Validitas

Validitas Konvergen (Convegent Validity)

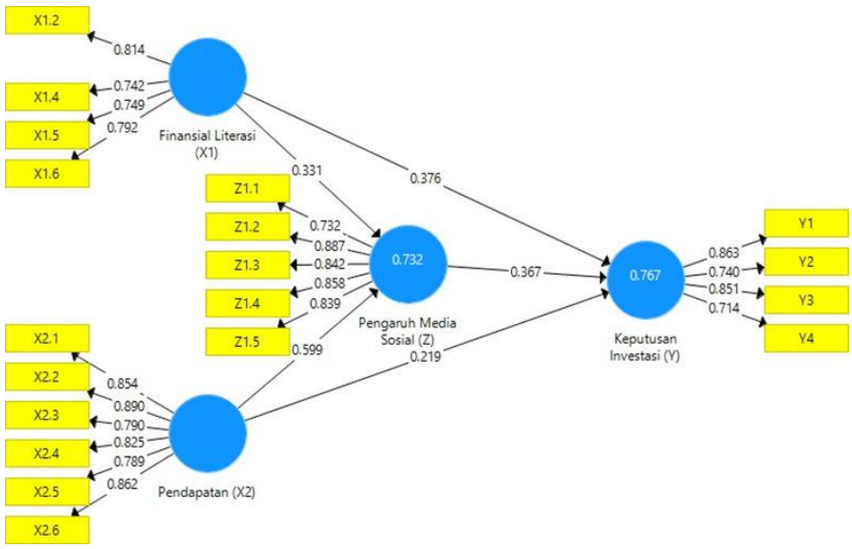
Outer loading merupakan nilai koefisien yang menunjukkan kekuatan hubungan antara masing-masing indikator dengan variabel laten yang diukurnya. Menurut Hair et al. (2019), indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai outer loading ≥0,70.



Gambar 4. 1 Outer Model

MUSYTARI
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol. 24 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359
ISSN : 3025-9495

Dapat diketahui bahwa sebagian besar indikator pada masing- masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *outer loading* di atas 0.7. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut telah memenuhi syarat validitas konvergen dan dapat dianggap valid secara statistik. Namun demikian, terdapat dua indikator yang menunjukkan nilai *outer loading* di bawah ambang batas yaitu indikator X1.1 dengan nilai 0.647 dan X1.3 dengan nilai 0.386 pada indikator finansial literasi. Oleh karena itu, indikator X1.1 dan X1.3 perlu dikeluarkan dari model agar tidak mempengaruhi keakuratan hasil analisis. Setelah proses eliminasi dilakukan, maka diperoleh bentuk model baru yang telah disesuaikan sebagaimana terlihat pada gambar berikut.



Gambar 4. 2 Outer Model Setelah di Eleminasi

Setelah dilakukan penghapusan terhadap indikator-indikator yang tidak memenuhi kriteria validitas, hasil pengujian ulang menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan terhadap nilai outer loading pada sebagian besar indikator yang tersisa. Kenaikan ini mencerminkan adanya perbaikan dalam kualitas model, khususnya dari sisi validitas konvergen dan konsistensi internal konstruk laten yang dianalisis.

Discriminant Validity

Validitas diskriminan dalam penelitian ini diuji menggunakan pendekatan cross loading. Validitas diskriminan dinyatakan terpenuhi apabila nilai loading masing-masing indikator terhadap konstruknya lebih tinggi dibandingkan dengan loading terhadap konstruk lain Hair et al. (2021).

Tabel 4.1 Cross Loading

	Finansial Literasi (X1)	Keputusan Investasi (Y)	Pendapatan (X2)	Pengaruh Media Sosial (Z)
X1.2	0.814	0.626	0.602	0.635
X1.4	0.742	0.608	0.564	0.580
X1.5	0.749	0.570	0.465	0.526
X1.6	0.792	0.642	0.417	0.512
X2.1	0.610	0.598	0.854	0.696
X2.2	0.550	0.602	0.890	0.706
X2.3	0.630	0.647	0.790	0.668
X2.4	0.534	0.677	0.825	0.631

MUSYTARI
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol. 24 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359
ISSN : 3025-9495

X2.5	0.447	0.637	0.789	0.689
X2.6	0.558	0.691	0.862	0.712
Y1	0.711	0.863	0.777	0.742
Y2	0.580	0.740	0.493	0.578
Y3	0.665	0.851	0.719	0.744
Y4	0.532	0.714	0.373	0.502
Z1.1	0.497	0.635	0.573	0.732
Z1.2	0.650	0.682	0.792	0.887
Z1.3	0.662	0.764	0.676	0.842
Z1.4	0.670	0.695	0.649	0.858
Z1.5	0.540	0.638	0.708	0.839

Hasil cross loading yang disajikan pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa masing- masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai cross loading yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat. Validitas diskriminan telah dibuktikan oleh indikator penelitian pada variabel itu lebih unggul dibandingkan variabel lainnya.

Averege Variance Extarcted, Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Metode lain yang digunakan untuk mengukur discriminant validity adalah melalui nilai Average Variance Extracted (AVE). Setelah itu, dilakukan pengujian terhadap reliabilitas konstruk dengan menggunakan ukuran Composite Reliability dan Cronbach's Alpha. Suatu konstruk dikatakan memenuhi kriteria reliabilitas apabila nilai Composite Reliability yang diperoleh minimal 0,7. Selain itu, konstruk dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha minimal 0,7 yang dikemukakan oleh Hair et al. (2022)

Tabel 4.2 Cross Loading Avarange Variance Extracted, Composite Realibility dan Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Finansial Literasi (X1)	0.778	0.780	0.857	0.601
Keputusan Investasi (Y)	0.806	0.831	0.872	0.632
Pendapatan (X2)	0.913	0.914	0.933	0.699
Pengaruh Media Sosial (Z)	0.889	0.894	0.919	0.695

diperoleh hasil bahwa seluruh nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel memiliki nilai di atas 0,70. Hal ini sesuai dengan kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al (2022). Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi, yang berarti bahwa setiap indikator dalam konstruk mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten terhadap variabel yang diwakilinya.

Uji R-Square

Uji R-Square yaitu untuk digunakan mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen

Tabel 4.3 NilaI R-Square

MUSYTARI
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol. 24 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359
ISSN : 3025-9495

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Investasi (Y)	0.769	0.763
Pengaruh Media Sosial (Z)	0.729	0.724

Berdasarkan Tabel 4.3, nilai R-Square keputusan investasi sebesar 0,769 menunjukkan bahwa 76,9% variabilitas konstruk ini dijelaskan oleh finansial literasi dan pendapatan, sedangkan 23,1% oleh variabel lain. Sementara itu, nilai R-Square pengaruh media sosial sebesar 0,729 berarti 72,9% variabilitasnya dijelaskan oleh literasi keuangan, dengan 27,1% sisanya dipengaruhi faktor lain. Semakin tinggi nilai R-Square, semakin baik kemampuan model menjelaskan variabel dependen.

Interpretasi Hasil Penelitian

Pengaruh Finansial Literasi (X1) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Finansial Literasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi. Artinya semakin tinggi literasi keuangan individu, semakin baik pula kemampuan dalam menentukan keputusan investasi. Oleh karena itu, literasi keuangan harus terus ditingkatkan melalui kolaborasi antara lembaga pendidikan, instansi pemerintah, dan sektor keuangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lusardi & Mitchell (2014) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan memiliki peran besar dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas investasi.

Pengaruh Finansial Literasi (X1) terhadap Media Sosial (Z)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Finansial Literasi berpengaruh positif terhadap Media Sosial. Artinya Semakin baik tingkat literasi keuangan seseorang, semakin kuat pula peran media sosial dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan keuangan atau investasi. Temuan ini didukung oleh penelitian Lusardi & Mitchell (2014), yang menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengelola keuangan pribadi, tetapi juga berkaitan erat dengan kemampuan mengevaluasi informasi keuangan dari berbagai sumber.

Pengaruh Pendapatan (X2) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Dari hasil tersebut dapat dipahami bahwa tingginya pendapatan seseorang belum tentu mempengaruhi keputusan untuk berinvestasi. Maka dari itu, perlunya program edukasi keuangan yang konsisten agar individu memiliki kesadaran pentingnya menyisihkan sebagian penghasilan untuk tujuan investasi jangka panjang. Hal ini penting agar individu mampu menyeimbangkan antara kebutuhan konsumsi dengan upaya membangun kekayaan di masa depan. Hal ini diperkuat dengan temuan Nababan & Sadalia (2013) juga menunjukkan bahwa individu dengan pendapatan tinggi belum tentu melakukan investasi secara optimal tanpa pengetahuan keuangan yang memadai.

Pengaruh Pendapatan (X2) terhadap Media Sosial (Z)

Dapat disimpulkan bahwa Pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Media Sosial. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang, maka akan semakin kuat pula pengaruh media sosial dalam memengaruhi keputusan keuangan atau investasi. Hal ini sejalan dengan temuan Handayani et al. (2020) yang menyatakan bahwa pendapatan

individu memiliki korelasi positif terhadap intensitas penggunaan media sosial, terutama dalam konteks pengambilan keputusan pembelian atau perilaku konsumtif lainnya.

Pengaruh Media Sosial (Z) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Dapat disimpulkan bahwa Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin besar pengaruh media sosial terhadap individu, maka semakin baik pula kualitas keputusan investasi yang diambil. Media sosial berperan penting sebagai sumber informasi yang dapat mempengaruhi preferensi investasi, sehingga individu lebih percaya diri dan terarah dalam menentukan pilihan investasi. Hal ini juga diperkuat oleh Luo et al. (2022) yang menyebutkan bahwa persepsi risiko dan ekspektasi keuntungan sering kali dipengaruhi oleh narasi yang berkembang di platform seperti Twitter atau forum online keuangan.

Pengaruh Finansial Literasi terhadap Keputusan Investasi melalui Pengaruh Media Sosial sebagai variabel Intervening

Dapat disimpulkan bahwa Finansial Literasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi melalui variabel Media Sosial sebagai variabel intervening. Dari hasil temuan tersebut dapat dipahami bahwa media sosial berperan sebagai penghubung antara literasi keuangan dengan keputusan investasi. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki, semakin efektif pula individu dalam mengakses dan memanfaatkan informasi keuangan melalui media sosial, sehingga berdampak pada peningkatan kualitas keputusan investasinya

Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Investasi melalui Pengaruh Media Sosial sebagai variabel Intervening

Dapat disimpulkan bahwa, Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi melalui variabel Media Sosial sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa media sosial menjadi jembatan penting yang mempererat hubungan antara tingkat pendapatan individu dengan keputusan investasi. Dengan pendapatan yang lebih besar, individu cenderung lebih aktif mencari informasi investasi melalui media sosial, sehingga keputusan yang diambil lebih didasarkan pada referensi yang relevan dan mudah diakses.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang keuangan (financial literacy) dan pendapatan dalam mempengaruhi keputusan investasi mahasiswa Universitas Budi Luhur dengan sosial media (Z) sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) sebagai alat analisis, berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Finansial Literasi (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investasi (Y) mahasiswa Universitas Budi Luhur
2. Variabel Finansial Literasi (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Media Sosial Exposure (Z)

3. Variabel Pendapatan (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan investasi (Y) mahasiswa Universitas Budi Luhur
4. Variabel Pendapatan (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Media Sosial Expsoure (Z)
5. Variabel Finansial Literasi (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investasi (Y) mahasiswa Universitas Budi Luhur
6. Variabel Finansial Literasi (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investasi (Y) mahasiswa Universitas Budi Luhur melalui Pengaruh Media Sosial sebagai variabel Intervening
7. Variabel Pendapatan (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investasi (Y) mahasiswa Universitas Budi Luhur melalui Pengaruh Media Sosial sebagai variabel Intervening

6. SARAN

1. Saran untuk Mahasiswa

   Mahasiswa perlu lebih kritis dalam menyaring informasi investasi yang diperoleh melalui media sosial. Tidak semua konten yang beredar memiliki dasar ilmiah atau berasal dari sumber yang terpercaya. Oleh karena itu, disarankan untuk memverifikasi informasi dengan sumber resmi seperti OJK, BEI, atau lembaga edukasi keuangan lainnya
2. Saran untuk Universitas atau Institusi Pendidikan

   Universitas dapat bekerja sama dengan lembaga keuangan seperti OJK, BEI, atau perusahaan sekuritas untuk mengadakan seminar, pelatihan, dan workshop terkait investasi. Program-program ini dapat membantu mahasiswa memahami risiko dan peluang dalam investasi sejak dini.
3. Saran untuk Pemerintah

   Melihat peran signifikan media sosial dalam memengaruhi keputusan investasi, pemerintah perlu meningkatkan regulasi dan pengawasan terhadap konten keuangan digital. Hal ini termasuk memastikan bahwa influencer atau edukator keuangan yang aktif di media sosial memiliki sertifikasi yang sesuai dan tidak menyesatkan masyarakat, terutama mahasiswa sebagai kelompok yang rentan
4. Saran untuk peneliti selanjutnya

   Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang faktor-faktor yang membentuk perilaku investasi mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

Dewi, N. K. S., & Purbawangsa, I. K. (2018). Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 10(1), 23-31

Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. In Multivariate Data Analysis (pp. 785-785).

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business horizons, 53(1), 59-68.

ISSN : 3025-9495

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. American Economic Journal: Journal of Economic Literature, 52(1), 5- 44.Mankiw, N. G. (2012). Principles of Economics (6th ed.). Cengage Learning.

Lusardi, A., & Mitchell, OS (2014). Pentingnya Literasi Keuangan Secara Ekonomi: Teori dan Bukti. American Economic Journal: Jurnal Literasi Ekonomi , 52 (1), 5-44.

Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for A Clearer Definition In An Increasingly Complex Economy. Journal of consumer affairs, 44(2), 276-295.

Sharpe, W. F., Alexander, G. J., & Bailey, J. V. (1999). Investments (6th ed.). Prentice Hall. SNLIK OJK 2022: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat

Surabaya Study. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa di Surabaya. Jurnal Ekonomi Digital, 7(2), 34-48.