

Pengaruh Inovasi *Financial Technology*, *Influencer Media Sosial*, dan *Locus of Control* Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Dicky Pratama Putra *)

Achmad Agus Priyono **)

Satria Putra Utama ***)

Email : 22101081458@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the influence of fintech innovation, social media influencers, and locus of control on investment interest of generation Z. The quantitative method was used with a survey of 90 FEB UNISMA students of class of 2021 selected through purposive sampling. Data analysis used SPSS 27 software. The research instrument has passed the validity and reliability test. The analysis was carried out using multiple linear regression. The results showed that fintech innovation and social media influencers have a significant positive effect on investment interest. Conversely, locus of control has no significant effect. This research model is simultaneously significant with a coefficient of determination of 0.567 so that 56.7% of the variation in investment interest can be explained by the independent variables.

Keywords: *Financial Technology Inovation, Media Social Influencers, Locus of Control, Investment Interest*

Pendahuluan

Partisipasi investor di pasar modal Indonesia memperlihatkan tren positif yang berkelanjutan. Hingga 22 Oktober 2024, tercatat ada 13,94 juta investor yang berinvestasi di pasar modal. "Mayoritas investor berusia di bawah 30 tahun menunjukkan bahwa generasi muda semakin tertarik berinvestasi di Pasar Modal," kata OJK melalui unggahan di akun Instagram resmi mereka, pada hari Senin (28/10). Generasi Z, yaitu mereka yang berusia di bawah 30 tahun, menjadi kontributor utama dalam pertumbuhan investor individu di pasar modal Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mencatat bahwa aktivitas di pasar modal dalam negeri didominasi oleh Generasi Z dan milenial. Data per September 2024 menunjukkan bahwa investor yang tergolong Generasi Z atau berusia di bawah 30 tahun, memegang porsi sebesar 55,07%.

Menurut PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (2024) dalam empat tahun terakhir yaitu tahun 2021 hingga 2024 mengalami kenaikan secara signifikan. Kenaikan tersebut dialami oleh semua sektor investasi seperti pasar modal, reksa dana, saham, surat berharga, dan SBN. PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia melaporkan demografi investor individu berusia 30 tahun atau kurang dari 30 tahun mencapai 55,07% dari total investor pasar modal di Indonesia. Meskipun jumlah individu yang berumur 30 tahun atau kurang mendominasi investasi di Indonesia, tetapi individu tersebut memiliki aset yang paling kecil di antara kelompok usia di demografi individu yang dilaporkan oleh PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia.

Selama periode tahun 2022 hingga 2024, penulis memiliki pengalaman langsung sebagai Ketua Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Melalui peran tersebut, penulis menyaksikan secara nyata meningkatnya minat mahasiswa terhadap dunia investasi, khususnya di pasar modal. Berbagai kegiatan edukatif seperti seminar pasar modal, pelatihan penggunaan aplikasi investasi digital, hingga kompetisi simulasi *trading* rutin

diselenggarakan oleh Galeri Investasi BEI FEB UNISMA dan mendapatkan antusiasme yang tinggi, terutama dari mahasiswa angkatan 2021.

Mahasiswa menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap investasi tidak hanya karena faktor tren, tetapi juga karena adanya kemudahan akses melalui platform *financial technology* yang semakin inovatif serta pengaruh kampanye dari *influencer* keuangan di media sosial. Minat tersebut juga didorong oleh kesadaran individu. Selain itu didukung peran dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang melalui SK Dekan yang mewajibkan mahasiswa untuk membuka akun sekuritas secara *online*. Selain itu ada mata kuliah dari fakultas yang diwajibkan untuk mahasiswa yaitu mata kuliah *digital investment*, dari adanya mata kuliah tersebut mahasiswa diharapkan bisa memahami pentingnya mengelola keuangan secara mandiri untuk masa depan salah satunya dengan investasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa FEB UNISMA, khususnya angkatan 2021, telah memiliki ketertarikan yang kuat dan kesadaran finansial yang berkembang terhadap investasi, sehingga sangat relevan untuk dijadikan fokus dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi generasi Z.

Dengan paparan latar belakang yang telah disampaikan, inovasi *Financial Technology* dan *Social Media Influencer* dijadikan variabel pada penelitian ini. Pada praktiknya, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi minat sebelum berinvestasi yaitu faktor psikologis. Salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi minat investasi yaitu *Locus of Control*.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Theory of Planned Behavior (TPB)

Menurut Notoatmodjo (2012), niat untuk melakukan perilaku individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

Financial Technology (Fintech)

Menurut Yahya, (2023) *Financial Technology* adalah gabungan antara teknologi dan industri keuangan yang bertujuan untuk menciptakan inovasi dalam layanan keuangan dan membantu memperbaiki efisiensi serta kualitas layanan yang diberikan oleh industri keuangan.

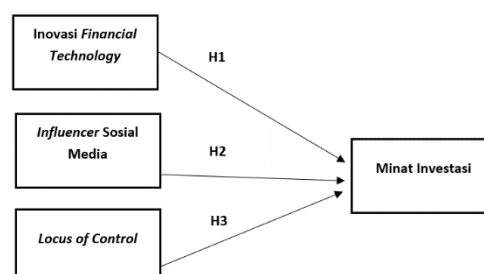
Influencer Sosial Media

Menurut Amanda & Widiyanti (2022), *influencer* di media sosial adalah individu yang secara aktif membagikan informasi keuangan atau investasi dan memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi serta memengaruhi keputusan keuangan pengikutnya, termasuk dalam hal minat berinvestasi. Kredibilitas dan daya tarik personal *influencer* menjadi faktor penting dalam menumbuhkan kepercayaan dan ketertarikan *audiens* terhadap aktivitas investasi.

Locus of Control

Menurut Putri & Simanjuntak (2020), *Locus of Control* mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa mereka dapat mengontrol hasil dari tindakan mereka. Mereka yang memiliki *Locus of Control* internal percaya bahwa mereka dapat mengontrol hasil melalui upaya dan keputusan mereka sendiri, sementara mereka yang memiliki *Locus of Control* eksternal percaya bahwa faktor-faktor dari luar, seperti nasib atau keberuntungan, lebih memengaruhi hasil.

Gambar 1. Model Penelitian



Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Studi ini dilakukan pada mahasiswa generasi Z pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2021. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei atau kuesioner. Penelitian ini dilakukan secara *online*, menggunakan *Google Forms*. Penelitian ini berlangsung selama enam bulan, dimulai pada Januari 2025 dan berakhir pada Juni 2025..

Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi merujuk pada suatu area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan sifat dan kualitas tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah individu dari Generasi Z yang berusia antara 18 hingga 24 tahun yang terdapat pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang tahun Angkatan 2021 dengan jumlah 688 mahasiswa. Generasi ini dipilih karena mereka adalah pengguna digital yang aktif dan potensial dalam penggunaan *fintech* serta terpapar secara luas oleh media sosial. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2021 dipilih karena sudah menempuh mata kuliah *digital investment*. Sehingga dari mata kuliah tersebut terdapat mahasiswa yang memiliki minat investasi.

Sampel

Menurut Fauzi et al., (2019) sampel adalah bagian dari populasi tersebut. Sampel digunakan oleh peneliti karena mempermudah dan mempersingkat penelitiannya, dengan cara mengambil sebagian populasi yang dianggap mewakili dari seluruh populasi. Untuk penelitian ini, jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi 10% dan tingkat signifikansi 90% yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan(10%)

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 688 mahasiswa, maka perhitungan sampelnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{688}{1 + 688 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{688}{1 + 688 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{688}{1 + 6,88}$$

$$n = \frac{688}{7,88}$$

$$n = 87,309$$

Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel adalah 87,309 dan kemudian dibulatkan menjadi 90 responden.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas

Menurut Ghazali, (2018) Validitas istilah pengukuran berkaitan dengan relevansi suatu alat ukur untuk tujuan tertentu, tetapi telah diperluas untuk diterapkan pada seluruh studi. Uji validitas digunakan untuk menentukan validitas data atau kuesioner. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka dianggap valid, sedangkan $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka dianggap tidak valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Syarat Ketentuan	Keterangan
Minat Investasi (Y)	Y1	0,816	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	Y2	0,794	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	Y3	0,767	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	Y4	0,704	0.207	r hitung>r tabel	Valid
Inovasi Financial Technology (X1)	X1.1	0,791	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X1.2	0,747	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X1.3	0,831	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X1.4	0,726	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X1.5	0,796	0.207	r hitung>r tabel	Valid
Influencer Sosial Media (X2)	X2.1	0,768	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X2.2	0,666	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X2.3	0,772	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X2.4	0,808	0.207	r hitung>r tabel	Valid
Locus of Control (X3)	X3.1	0,759	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X3.2	0,815	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X3.3	0,776	0.207	r hitung>r tabel	Valid
	X3.4	0,777	0.207	r hitung>r tabel	Valid

Sumber: data primer, diolah 2025

Berdasarkan tabel 1 pada hasil uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan menghasilkan r hitung yang lebih besar dari r tabel pada tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Maka dari itu instrumen penelitian ini telah lulus uji validitas.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali, (2018) Uji reliabilitas adalah suatu metode untuk menilai kuesioner yang mengandung indikator variabel. Dalam metode ini pengukuran menggunakan cara *Cronbach's Alpha Test*. Ada beberapa kriteria agar instrumen dikatakan reliabel, yaitu nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6, maka reliabel, tetapi jika kurang dari 0,6, maka tidak reliabel..

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Ketentuan	Keterangan
Minat Investasi (Y)	0,772	>0,60	Reliabel
Inovasi Financial Technology (X1)	0,838	>0,60	Reliabel
Influencer Sosial Media (X2)	0,748	>0,60	Reliabel
Locus of Control (X3)	0,788	>0,60	Reliabel

Sumber: data primer, diolah 2025

Dalam tabel 2 pada hasil uji reliabilitas dapat dilihat jika nilai *Cronbach's Alpha* pada penelitian ini lebih besar dari batas minimum yaitu 0.60, maka penelitian ini telah bisa dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah data terdistribusi normal. Ini dilakukan dengan menguji nilai residual dari persamaan regresi dengan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan apabila Metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk melakukan uji normalitas dengan menguji nilai residual dari persamaan regresi. Untuk membuat keputusan, nilai asymp.sig lebih dari 0,05 dianggap sebagai data terdistribusi normal. (Ghozali, 2018).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.53839732
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.056
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: data primer, diolah 2025

Mengacu tabel 3, dengan hasil *nilai asymp.sig* sebesar 0,200, yang telah melebihi dari nilai minimum yaitu 0,05. Kondisi ini menandakan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah variabel independen, atau variabel bebas, dalam model regresi memiliki korelasi atau tidak. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang ada pada hasil analisis regresi digunakan untuk melakukan pengujian multikoleniaritas. Gejala multikolineritas muncul ketika nilai VIF lebih dari 10 dan toleransi kurang dari 0,1.

Tabel 4. Hasil Uji Multikoleniaritas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Inovasi Financial Technology</i>	0.921	1.086	Bebas multikolinearitas
<i>Influencer Media Sosial</i>	0.994	1.044	Bebas multikolinearitas
<i>Locus of Control</i>	0.917	1.091	Bebas multikolinearitas

Sumber: data primer, diolah 2025

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak menunjukkan masalah multikolinearitas yang signifikan. Setiap variabel independen memiliki nilai toleransi yang lebih besar dari 0,1 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang lebih kecil dari 10. Secara rinci, variabel X1 memiliki toleransi 0,921 dan VIF 1,086, variabel X2 memiliki toleransi 0,994 dan VIF 1,044, serta variabel X3 memiliki toleransi 0,917 dan VIF 1,091. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa multikolinearitas antar variabel independen dapat dianggap tidak ada.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Fauzi et al., (2019) Kondisi yang dikenal sebagai heteroskedastisitas adalah ketika perbedaan variasi error term dalam model persamaan regresi tidak konstan. Jika koefisien korelasi variabel independen signifikan dengan tingkat kesalahan kurang dari 5% atau 0,05 maka terdapat indikasi heteroskedastisitas. Namun, jika koefisien tidak signifikan dengan tingkat kesalahan lebih dari 5% atau 0,05 maka tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Independen	Nilai sig.	Nilai Acuan Signikansi	Keterangan
<i>Inovasi Financial Technology</i>	0.381	>0.05	Bebas heteroskedastisitas
<i>Influencer Media Sosial</i>	0.739	>0.05	Bebas heteroskedastisitas
<i>Locus of Control</i>	0.678	>0.05	Bebas heteroskedastisitas

Sumber: data primer, diolah 2025

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas yang signifikan. Nilai signifikansi (sig.) dari masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05 yaitu variabel X1 (0,381), X2 (0,739), dan X3 (0,678). Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Tidak ada masalah dengan heteroskedastisitas jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang berarti model ini memenuhi asumsi homoskedastisitas, yaitu varians residual yang konstan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				T	Sig.
Model		Unstandardized	Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	14.156	2.105		6.724	<0.001	
	X1	.615	.089	.587	7.063	<0.001	
	X2	.539	.112	.678	6.976	<0.001	
	X3	.079	.113	.50	.596	.945	

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber: data primer, diolah 2025

Berdasarkan tabel 6, hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan menghasilkan sebuah persamaan regresi linier berganda yang dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

$$Y = 14.156 + 0.615X_1 + 0.539X_2 + 0.079X_3 + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda di atas, maka dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 14.156 menunjukkan bahwa ketika nilai X_1 , X_2 , dan X_3 adalah nol, maka nilai Y adalah 14.156.
- Koefisien untuk X_1 adalah 0.615, menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit pada X_1 akan menyebabkan kenaikan pada Y sebesar 0.615, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
- Koefisien untuk X_2 sebesar 0.539 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit pada X_2 akan menyebabkan kenaikan pada Y sebesar 0.539, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
- Namun, untuk X_3 , koefisiennya sebesar 0.079, yang menunjukkan pengaruhnya terhadap Y adalah minimal. Nilai Sig. untuk X_3 sebesar 0.945, yang lebih besar dari 0.05, menandakan bahwa X_3 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y .

Uji Hipotesis

Uji F

Uji F digunakan secara bersamaan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara simultan.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.563	3	16.932	27.127	<.000 ^b
	Residual	1114.303	86	12.957		
	Total	1120.1	89			

Sumber: data primer, diolah 2025

Hasil uji F yang diperoleh menunjukkan bahwa model regresi yang menghubungkan variabel-variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) dengan variabel dependen (Y) secara keseluruhan signifikan. Nilai F-statistic yang dihitung adalah 27.127, sedangkan nilai p-value yang diperoleh adalah kurang dari 0.001. Dengan nilai F-statistic yang jauh lebih besar dari nilai F pada tabel untuk derajat kebebasan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 86$ (sekitar 2.710), serta nilai p-value yang sangat kecil, kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi ini memberikan kontribusi signifikan dalam menjelaskan variasi pada variabel Y .

Uji t

Menurut (Ghozali, 2018) Uji parsial, juga dikenal sebagai uji statistik t, digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh dari satu variabel penjelas terhadap seberapa jauh variabel dependen telah dijelaskan. Kriteria untuk pengambilan keputusan ujian uji t adalah bahwa jika nilai t tabel lebih besar dari nilainya, H_1 diterima dan H_0 ditolak, dan jika nilainya lebih rendah dari t tabel, H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized	Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.156	2.105		6.724	<0.001
	X_1	.615	.089	.587	7.063	<0.001
	X_2	.539	.112	.678	6.976	<0.001
	X_3	.079	.113	.50	.596	.945

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber: data primer, diolah 2025

- Variabel X_1 nilai t hitung sebesar 7.063 lebih besar daripada t tabel 1.987, yang menunjukkan bahwa variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y pada tingkat

signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa X1 memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi Y.

2. Variabel X2 nilai t hitung sebesar 6.976 juga lebih besar daripada t tabel 1.987, yang menandakan bahwa X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Oleh karena itu, X2 juga memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjelaskan variasi Y.
3. Variabel X3 nilai t hitungnya sebesar 0.596 lebih kecil dibandingkan dengan t tabel 1.987, yang menunjukkan bahwa X3 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan kata lain, X3 tidak memberikan kontribusi yang berarti terhadap perubahan pada Y.
4. Secara keseluruhan, variabel X1 dan X2 terbukti signifikan dalam mempengaruhi Y, sedangkan X3 tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan berdasarkan uji t.

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen (X) dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Y), koefisien determinasi digunakan.

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
1	0.752	0.567	0.559	1.92091

Sumber: data primer, diolah 2025

Berdasarkan hasil dari Model Summary di atas, nilai R^2 (koefisien determinasi) adalah 0.567. Ini berarti bahwa sekitar 56.7% variasi dalam variabel dependen Y dapat dijelaskan oleh variabel - variabel independen X1, X2, dan X3 yang digunakan dalam model regresi ini. Namun, meskipun nilai R^2 mencapai 56.7%, masih ada sekitar 43.3% variasi dalam variabel dependen yang tidak dapat dijelaskan oleh model ini dan mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Inovasi *Financial Technology* Terhadap Minat Investasi

Berdasarkan uji analisis regresi linier berganda nilai koefisien X1 mendapatkan nilai 0.615, dan variabel X1 memiliki nilai Sig. yang lebih kecil dari 0.001, yang menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Y. Didukung dengan uji t, variabel X1 mendapatkan nilai t hitung sebesar 7.063 lebih besar dari t tabel 1.987. Dari hasil uji t tersebut menunjukkan variabel X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2025) yang menunjukkan adanya pengaruh *financial technology* terhadap minat investasi pada Generasi Z.

Hal tersebut juga didukung oleh Teori Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Fred Davis. Menurut Jogiyanto, (2007) pada bukunya yang berjudul Sistem Informasi Keperilakuan menjelaskan tentang *Technology Acceptance Model* berfokus pada dua faktor utama yang mempengaruhi niat penggunaan teknologi. Dua faktor tersebut yaitu Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Persepsi Kegunaan yang dimaksud jika Generasi Z merasa bahwa platform atau inovasi fintech sangat berguna untuk mencapai tujuan investasi mereka (misalnya, memudahkan mereka menghasilkan keuntungan, mengelola portofolio, atau memantau kinerja), minat mereka untuk berinvestasi melalui platform tersebut akan meningkat. Sedangkan pada Persepsi Kemudahan Penggunaan bermaksud seperti semakin mudah sebuah inovasi *fintech* dirasakan untuk digunakan, semakin besar kemungkinan seseorang akan mengadopsinya.

Pengaruh *Influencer* Media Sosial Terhadap Minat Investasi

Berdasarkan uji analisis regresi linier berganda nilai koefisien X2 mendapatkan nilai 0.539, dan variabel X2 memiliki nilai Sig. yang lebih kecil dari 0.001, yang menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan terhadap Y. Didukung dengan uji t, variabel X2 mendapatkan nilai t hitung sebesar 6.976 lebih besar dari t tabel 1.987. Dari hasil uji t tersebut menunjukkan variabel X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzianti, (2022) yang menunjukkan adanya pengaruh *Influencer* Media Sosial terhadap minat investasi pada Generasi Z. Selain itu juga sejalan dengan penelitian Saiang et al., (2022) yang membuktikan bahwasanya *influencer* saham dapat mempengaruhi minat generasi milenial dalam berinvestasi.

Hal tersebut juga didukung oleh *Social Learning Theory* (Teori Pembelajaran Sosial) yang dikembangkan oleh Albert Bandura. Menurut Susanto, (2014) dalam bukunya yang berjudul Psikologi Belajar dan Pembelajaran, teori ini menyatakan bahwa individu belajar dari mengamati perilaku orang lain dan konsekuensi dari perilaku tersebut. Pada teori tersebut dijelaskan terdapat faktor seperti pemodelan (modeling) yang menjelaskan jika generasi z melihat *influencer* sukses dalam investasi, berbagi pengalaman (baik keuntungan maupun kerugian), atau menunjukkan gaya hidup yang diasosiasikan dengan kekayaan.

Pengaruh *Locus of Control* Terhadap Minat Investasi

Berdasarkan uji analisis regresi linier berganda nilai koefisien X3 mendapatkan nilai 0.079, yang menunjukkan pengaruhnya terhadap variabel Y minimal. Dan variabel X3 memiliki nilai Sig. 0.945, yang lebih besar dari 0.05 yang menunjukkan variabel X3 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y. Didukung dengan uji t, variabel X3 mendapatkan nilai t hitung sebesar 0.596 lebih kecil dari t tabel 1.987. Dari hasil uji t tersebut menunjukkan variabel X3 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjellah & Umah, (2024) yang menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan *Locus of Control* terhadap minat investasi pada Generasi Z. Pada penelitian ini variabel *Locus of Control* mendapatkan nilai rata – rata sebesar 3.191. Nilai rata – rata paling kecil ada pada indikator pertanyaan “Keyakinan bahwa investasi bergantung pada diri sendiri, meningkatkan minat saya untuk berinvestasi” dengan mendapatkan nilai sebesar 3.088. Jadi pada generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang rata – rata minat investasi generasi Z tidak bergantung pada keyakinan diri sendiri.

Hal tersebut juga didukung dengan Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planed Behavior*). Menurut Solomon, (2018) pada bukunya yang berjudul Perilaku Konsumen Edisi ke-11 menjelaskan *Theory of Planed Behavior* yang mengacu terhadap norma subjektif (*Subjective Norms*) yaitu persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Bagi Gen Z, pengaruh teman sebaya, keluarga, atau bahkan *influencer* di media sosial dapat sangat kuat dalam membentuk minat investasi mereka, terlepas dari seberapa yakin mereka pada kemampuan investasi mereka sendiri. Jika teman-teman atau idola mereka berinvestasi, mereka mungkin merasa termotivasi untuk ikut, bahkan jika mereka belum sepenuhnya yakin dengan pengetahuan atau keterampilan mereka.

Simpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Studi ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Inovasi *Financial Technology*, *Influencer* Media Sosial, dan *Locus of Control* terhadap variabel dependen Minat Berinvestasi. Hasil perhitungan sampel dan analisis data dengan model regresi linier berganda menunjukkan bahwa:

- a. Inovasi *Financial Technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi pada mahasiswa FEB UNISMA tahun angkatan 2021 yang berada pada rentang usia generasi Z.
- b. *Influencer* Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi pada mahasiswa FEB UNISMA tahun angkatan 2021 yang berada pada rentang usia generasi Z.
- c. *Locus of Control* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi pada mahasiswa FEB UNISMA tahun angkatan 2021 yang berada pada rentang usia generasi Z

Keterbatasan

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, adapun keterbatasan penelitian ini antara lain:

- a. Karena kuesioner disebar melalui *Google Form*, responden tidak dapat memahami pernyataan dengan jelas.
- b. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya terbatas pada Inovasi *Financial Technology*, *Influencer* Sosial Media, dan *Locus of Control*.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh saya sebagai peneliti sadar akan banyak kekurangan dalam penelitian ini sehingga saya memberikan menyaran kepada pihak-pihak berikut mengenai penelitian ini:

- a. Bagi Lembaga
 - Agar minat mahasiswa untuk berinvestasi meningkat dan investor bertambah, saya sarankan fakultas ekonomi dan bisnis lebih banyak memberikan motivasi investasi.
 - Saya juga menyarankan pada PT. Bursa Efek Indonesia agar lebih banyak memberikan motivasi investasi, mengadakan kegiatan edukasi investasi melalui sosial media agar pemahaman akan investasi meningkat dan mahasiswa semakin tertarik untuk berinvestasi, yang nantinya akan menambah jumlah investor yang ada di Indonesia.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti menambahkan variabel yang lebih kreatif sehingga lebih relevan dengan perubahan zaman. Selain itu, memperluas sampel penelitian adalah langkah yang baik untuk peneliti selanjutnya.
 - Untuk penelitian selanjutnya, diperlukan penambahan variabel tambahan untuk mendapatkan nilai uji statistik koefisien determinasi yang lebih tinggi yang menunjukkan betapa kuat pengaruh X terhadap Y.

Referensi

- Amanda, R., & Widiyanti, E. (2022). *Psikologi Konsumen dalam Era Digital*. Alfabeta.
- Anjellah, R., & Umah, K. A. (2024). Analisis Pengaruh Locus of Control dan Financial Literacy Terhadap Minat Investasi di Lembaga Keuangan Syariah. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 7. <https://doi.org/doi.org/10.60036/jbm.v5i1.306>
- Fauzi, F., Dencik, A., & Asiati, D. (2019). *Metode Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi : Aplikasi SPSS dan EViews untuk Teknik Analisis Data*. Salemba Empat.
- Fauzianti, A. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar The Effect of Initial Investment Capital, Investment Knowledge, Social Media Influencers on Investment Interest of Tidar University Accounting Students. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9. <https://doi.org/doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2323>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Putri, P. T., & Simanjuntak, M. (2020). The Role of Motivation, Locus of Control and Financial Literacy on Women Investment Decisions Across Generations. In *Journal of Consumer Sciences E* (Vol. 05, Issue 02). <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jcs.5.2.102-123>
- Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2025). Systematic Literature Review: Pengaruh Financial Technology terhadap Minat investasi pada Generasi Z Tahun 2024. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 109–119. <https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.306>
- Solomon, M. R. (2018). *Perilaku Konsumen* (11th ed.). Erlangga.
- Susanto, A. (2014). *Psikologi Belajar dan Pembelajaran*. CV Pustaka Setia.
- Valentino Saiang, H., Indy Regita, T., Indahsari, Y., Dwi Rahmasari, M., & Fitriani, E. (2022). Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Yahya, S. D. (2023). *Financial Technology For Entrepreneur* (Efitra, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Dicky Pratama Putra *) Adalah Mahasiswa FEB UNISMA

Achmad Agus Priyono **) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA

Satria Putra Utama ***) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA