

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun inferensial dengan program aplikasi SmartPLS4, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Influencer* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Surabaya. Hal ini berarti semakin tinggi pengaruh *influencer* yang dirasakan, seperti kredibilitas, daya tarik, dan keahlian, maka semakin tinggi pula minat generasi Z untuk berinvestasi di pasar modal.
2. Motivasi investasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Surabaya. Hal ini berarti semakin besar dorongan individu, seperti keinginan untuk mendapatkan keuntungan dan pengalaman, maka semakin besar pula minat mereka untuk berinvestasi.
3. Kemajuan teknologi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses, fitur informatif, dan perkembangan aplikasi investasi digital mendorong generasi Z untuk lebih tertarik berinvestasi di pasar modal.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya melibatkan responden dari generasi Z yang berdomisili di Surabaya. Sebagai akibatnya, hasil penelitian ini belum

sepenuhnya dapat digeneralisasikan untuk populasi generasi Z di wilayah lain di Indonesia.

2. Jumlah sampel dalam penelitian ini terbatas pada 120 responden, yang mungkin belum cukup mewakili keragaman perilaku investasi generasi Z, terutama yang memiliki latar belakang dan tingkat literasi keuangan yang berbeda.
3. Penelitian ini menggunakan metode survei daring dengan kuesioner, yang memiliki keterbatasan dalam menggali lebih dalam motivasi, persepsi, dan pengalaman responden terhadap investasi.
4. Model penelitian ini memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.781, yang berarti 78.1% variasi minat investasi dapat dijelaskan oleh variabel *influencer*, motivasi investasi, dan kemajuan teknologi. Namun, terdapat 21.9% variasi yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.
5. Penelitian ini berfokus pada tiga faktor utama, yaitu *influencer*, motivasi investasi, dan kemajuan teknologi, tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti literasi keuangan, pengaruh lingkungan sosial, atau risiko investasi yang mungkin relevan terhadap minat investasi generasi Z.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Model penelitian ini telah menunjukkan nilai *R-Square* sebesar 0.781, namun masih ada ruang untuk pengembangan lebih lanjut dengan

menambahkan variabel lain yang relevan, seperti literasi keuangan, risiko investasi, pengaruh lingkungan sosial, atau persepsi keamanan platform investasi.

- b. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menyebarkan kuesioner kepada responden dalam jumlah yang lebih besar dan mencakup wilayah yang lebih luas di Indonesia, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik dan memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait minat investasi generasi Z.
  - c. Disarankan juga untuk menggunakan metode penelitian campuran (*mixed methods*) agar dapat menggali aspek kualitatif seperti motivasi emosional dan preferensi individu dalam investasi.
2. Bagi masyarakat
- a. Masyarakat, khususnya generasi Z, disarankan untuk terus memanfaatkan kemajuan teknologi dengan memilih platform investasi digital yang terpercaya dan memiliki fitur edukasi, agar pengelolaan investasi dapat dilakukan dengan lebih baik.
  - b. Meningkatkan motivasi untuk belajar tentang investasi, baik melalui pelatihan, seminar, atau komunitas investasi, sehingga dapat membuat keputusan investasi yang bijak dan terhindar dari risiko yang tidak diinginkan.
  - c. Memanfaatkan informasi dari *influencer* yang memiliki kredibilitas tinggi dan pengalaman yang relevan, sambil tetap melakukan verifikasi informasi secara mandiri untuk memastikan keandalannya.

### 3. Bagi pembuat kebijakan

- a. Pemerintah dan lembaga terkait, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI), diharapkan dapat memperluas program edukasi keuangan kepada generasi muda, khususnya tentang pentingnya investasi untuk mencapai kebebasan finansial di masa depan.
- b. Memastikan keamanan dan transparansi platform investasi digital melalui regulasi yang jelas, sehingga masyarakat, khususnya generasi Z, dapat berinvestasi dengan rasa aman dan percaya.
- c. Mengadakan kampanye nasional yang melibatkan *influencer* atau figur publik untuk meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya investasi yang bertanggung jawab.

## DAFTAR RUJUKAN

- Afandi, I., Noholo, S. And Artikel, R. (2023) 'Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)', *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(4), Pp. 208–222.
- Aini, N., Maslichah And Junaidi (2019) 'Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang)', *E-Jra*, 08(05), Pp. 38–52.
- Anastasya Fauzianti And Retnosari (2022) 'Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar', *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), Pp. 26–35. Available At: <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2323>.
- Avrilly, J.A., Setiawan, A. And Djajadikerta, H. (2024) 'Melangkah Ke Dunia Pasar Modal: Menguak Pengaruh Literasi Digital, Literasi Keuangan, Dan Kemajuan Teknologi Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Z', *Journal Of Social And Economics Research*, 6(1), Pp. 1185–1200.
- Ayu, I.D., Cahyani, B. And Sinarwati, N.K. (2023) 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Kota Denpasar', 7(5), Pp. 134–143.
- Burhanudin, H., Mandala Putra, S.B. And Hidayati, S.A. (2021) 'Pengaruh Pengetahuan Investasi, Manfaat Investasi, Motivasi Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal ( Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram )', *Distribusi - Journal Of Management And Business*, 9(1), Pp. 15–28. Available At: <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i1.137>.
- Firmansyah, F.F., Sriyono, S. And Prapanca, D. (2024) 'Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi Dan Uang Saku Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(1), Pp. 770–790. Available At: <https://doi.org/10.31955/Mea.v8i1.3763>.
- Hair, J.F. *Et Al.* (2019) 'When To Use And How To Report The Results Of Pls-Sem', *European Business Review*, 31(1), Pp. 2–24.
- Hair J *Et Al.* (2014) 'Multivariate Data Analysis.Pdf', *Australia : Cengage*, P. 758.
- Hair Jr, J.F. *Et Al.* (2017) 'Pls-Sem Or Cb-Sem: Updated Guidelines On Which Method To Use', *International Journal Of Multivariate Data Analysis*, 1(2), Pp. 107–123.
- Irmayani, N.W.D. *Et Al.* (2022) 'Motivasi, Pengetahuan Investasi, Self Efficacy Dan Minat Investasi Selama Pandemi Covid-19', *E-Jurnal Akuntansi*, 32(10), P. 3176. Available At: <https://doi.org/10.24843/Eja.2022.V32.I10.P20>.

- Ksei Indonesia Central Securities Depository (2024) 'Statistik Pasar Modal Indonesia', *Publikasi Pt Kustodian Sentral Efek Indonesia*, Pp. 1–7. Available At: [https://www.ksei.co.id/publications/demografi\\_investor](https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor).
- Lestari, A.E., Indriani, E. And Kartikasari, N. (2022) 'Pengaruh Literasi Keuangan, Return, Persepsi Risiko, Gender Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa', *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), Pp. 726–738. Available At: <https://doi.org/10.29303/Risma.V2i4.238>.
- Madsen, A. *Et Al.* (2023) 'The Effect Of Instagram Influencers' Messages On Millennials' Purchase Intentions And Factors That Influence These Effects', Pp. 7–60.
- Negara, A.K. And Febrianto, H.G. (2020) 'Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal', *Business Management Journal*, 16(2), P. 81. Available At: <https://doi.org/10.30813/Bmj.V16i2.2360>.
- Nisa, A.M. And Hidayati, A.N. (2022) 'Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Kemajuan Teknologi Dan Motivasi Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah', *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(1), Pp. 28–35. Available At: <https://doi.org/10.47065/ekuitas.V4i1.1676>.
- Poeteri, N.A., Simanjuntak, M. And Hasanah, N. (2021) 'The Investment Intention Among Indonesian Millennials Via Peer-To-Peer Lending Applications', *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(4), Pp. 787–803. Available At: <https://doi.org/10.26905/jkdp.V25i4.6352>.
- Putri Agustini, A., Septrianingsih, H. And Zuhri, N. (2023) 'From Financial Literacy To Fomo: Menggali Keterkaitan Literasi Keuangan, Social Media Influencer, Dan Fear Of Missing Out Dalam Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung)', *Nizwan Zuhri Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, Pp. 6594–6604. Available At: <https://j-innovative.org/index.php/innovative>.
- Ryandana, A., Hermuningsih, S. And Sari, P.P. (2023) 'Dampak Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Investasi Anak Milenial', *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 7(1), P. 226. Available At: <https://doi.org/10.33087/ekonomis.V7i1.818>.
- Sabda Ar Rahman, R.E. And Subroto, W.T. (2022) 'Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa', *Jurnal Profit: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), Pp. 112–122. Available At: <https://doi.org/10.36706/jp.V9i2.17263>.
- Sari, V.M. *Et Al.* (2021) 'Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Dasar Investasi, Modal Minimal, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa', *Jurnal Doktor Manajemen (Jdm)*, 4(1), P. 88. Available At: <https://doi.org/10.22441/jdm.V4i1.12117>.
- Stevani, N. And Junaidi, A. (2021) 'Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita Pada Instagram', *Prologia*, 5(1), P. 198. Available At: <https://doi.org/10.24912/pr.V5i1.10121>.

- Tri Cahya, B. And Ayu Kusuma, N.W. (2019) 'Pengaruh Motivasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham', *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7, Pp. 192–207.
- Trisnaningsih, T., .Sihabudin, S. And Fauji, R. (2022) 'Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa', *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 3(2), Pp. 82–89. Available At: <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1705>.
- Widhiastuti, R.N. And Novianda, B.F. (2024) 'Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek', *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), Pp. 84–93. Available At: <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol13no1.527>.
- Wiyono, D. Aldi And Asyik, Nur Fadjrih (2023) 'Dampak Pengetahuan Investasi Pada Pengaruh Modal Awal, Risiko, Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi Stiesia*, 12 No 6. Available At: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5353>.
- Wulandari, A. (2020) 'Program Studi Manajemen S1 (Februari 2020)', 1(Februari). Available At: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Yusuf, M. (2019) 'Pengaruh Kemajuan Teknologi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal', *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), Pp. 86–94. Available At: <https://doi.org/10.21009/jdmb.02.2.3>.