

BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini secara inherent terkait dengan studi-studi eksisting yang telah dikonstruksi oleh para akademisi pendahulu, sehingga kajian yang akan dilaksanakan mempunyai relasi paralel disertai konvergensi dan divergensi dalam fokus investigasi.

1. Nur Rochman Saputra, Dewi Kusuma Wardani (2025)

Minat masyarakat untuk berinvestasi saham di pasar modal ditelaah melalui kacamata dua faktor determinan, yaitu motivasi investasi dan efektivitas social media influencer pada platform TikTok, *Fear of Missing Out* (FoMO) memediasi *social media influencer* tiktok berpengaruh terhadap minat membeli produk saham di pasar modal pada mahasiswa FKIP UNS. Penelitian ini memanfaatkan sejumlah parameter sebagai variabel motivasi investasi, social media influencer, fomo, minat membeli saham Sampel yang digunakan adalah Mahasiswa FKIP di Universitas Sebelas Maret. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *proportional stratified random sampling* dari 25 program studi yang berada di FKIP UNS. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan subjek penelitian adalah mahasiswa aktif Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Angkatan 2022-2024. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur Rochman Saputra dan Dewi Kusuma

Wardani adalah Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi investasi terhadap minat membeli saham mahasiswa FKIP UNS. Ada efek signifikan dan positif antara *social media influencer* pada keinginan membeli saham mahasiswa FKIP UNS. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara FoMO memediasi *social media influencer* terhadap minat membeli saham mahasiswa FKIP UNS.

Kesamaan dijumpai antara peneliti kontemporer dan peneliti era sebelumnya dalam hal:

- a. Kesamaan dijumpai antara peneliti kontemporer dan peneliti era sebelumnya dalam hal sosial media influencer tiktok yang menjelaskan bagaimana sosial media influencer mempengaruhi minat generasi Z di fakultas ekonomi bisnis.
- b. Persamaan metodologi pengujian dapat diidentifikasi secara komparatif antara investigasi kontemporer dan studi-studi pendahulu, di mana pendekatan pengujian hipotesis secara paralel diterapkan untuk menganalisis pengaruh sejumlah variabel bebas terhadap variabel terikat.

Titik temu yang justru memisahkan antara peneliti generasi kini dan generasi awal adalah:

- a. Topik penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah menjelaskan faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi minat generasi muda khususnya mahasiswa dalam membeli produk saham di pasar modal, sedangkan peneliti sekarang menjelaskan mengenai bagaimana faktor faktor

digital dan edukatif (TikTok, literasi, kredibilitas, social proof) mempengaruhi minat investasi generasi muda khususnya di fakultas ekonomi dan bisnis.

- b. Kriteria partisipan pada kedua survei ini bersifat kontras. Peneliti pendahulu memilih populasi dari mahasiswa FKIP UNS, sementara peneliti mutakhir menetapkan sampel yang berasal dari Generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok.
- c. Analisis data dalam penelitian-penelitian sebelumnya dilaksanakan melalui penerapan regresi linier berganda dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS. Sementara itu, pendekatan metodologis dalam investigasi terkini diimplementasikan memakai Pemodelan Persamaan Struktural Partial Least Squares (PLS-SEM) yang dioperasikan melalui aplikasi SmartPLS.

2. Maya Deviana, Fauziyah (2025)

Kajian ini bermaksud menganalisis pengaruh persepsi risiko, pemahaman finansial, efikasi keuangan, dan dampak influencer media sosial terhadap minat investasi saham di kalangan mahasiswa akuntansi angkatan 2021–2022. Fokus penelitian tertuju pada tiga variabel utama: Influencer Media Sosial, Efikasi Keuangan, dan Minat Investasi. Responden dalam kajian ini merupakan mahasiswa Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, yang terdaftar pada angkatan 2021 hingga 2022. Prosedur analisis data yang dilakukan meliputi pengujian kualitas data (validitas

dan reliabilitas), pemenuhan asumsi klasik, penerapan analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F. Minat investasi saham dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan berdasarkan temuan penelitian Parapat Gultom, Annisa Wulandari, dan Namira Mudrikah Rahmadhina (2024). Keyakinan finansial (efikasi keuangan) turut berdampak pada ketertarikan investasi saham, demikian pula peran figur media sosial. Hasil uji F mengonfirmasi bahwa persepsi risiko, literasi keuangan, efikasi keuangan, dan influencer media sosial secara kolektif membentuk pengaruh yang bermakna terhadap minat investasi saham.

Terdapat kesamaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya dalam aspek berikut:

- a. Variabel independen berupa influencer media sosial, yang memprediksi dampaknya terhadap ketertarikan berinvestasi, diterapkan secara konsisten baik pada penelitian terdahulu maupun penelitian terkini.
- b. Persamaan metodologis ditemukan pada tahap pengujian, yaitu digunakannya uji hipotesis untuk mengkaji hubungan kausal antar variabel penyebab dan variabel berakibat.

Penelaah masa kini dan penelaah era lampau menunjukkan kesenjangan dalam beberapa dimensi berikut:

- a. Topik penelitian peneliti sebelumnya adalah menjelaskan bagaimana pengetahuan, kepercayaan diri, dan persepsi risiko membentuk minat investasi dalam studi perilaku keuangan, sedangkan peneliti saat ini menjelaskan faktor sosial digital, yaitu bagaimana penggunaan TikTok, kredibilitas influencer, dan social proof membentuk minat investasi saham pada Gen Z.
- b. Peserta penelitian juga berbeda, di mana peneliti sebelumnya menggunakan mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya angkatan 2021–2022 sebagai peserta studi survei, sedangkan peneliti saat ini menggunakan mahasiswa Gen Z dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang merupakan pengguna aktif TikTok sebagai peserta dalam penelitian survei ini.
- c. Desain eksperimental faktorial yang digunakan sebelumnya adalah desain kuantitatif tradisional dengan analisis regresi melalui SPSS untuk menguji hubungan langsung antara faktor sosial dan keuangan terhadap minat investasi. Sementara itu, desain eksperimental faktorial yang digunakan peneliti saat ini adalah desain kuantitatif modern dengan SEM SmartPLS untuk memodelkan efek kompleks antarvariabel secara langsung dan tidak langsung, yaitu antara penggunaan TikTok, kredibilitas influencer, social proof, dan literasi.

3. Dhea Andrian, Lia Rachmawati, Mainatul Ilmi (2025)

Penelitian ini bermaksud mengkaji dampak kompetensi investasi, pemahaman finansial, persepsi risiko, dorongan influencer digital, dan perkembangan teknologi terhadap ketertarikan berinvestasi pada bursa efek Indonesia. Faktor-faktor yang diteliti meliputi Kompetensi Investasi, Pemahaman Finansial, Persepsi Risiko, Dorongan Influencer Digital, serta Perkembangan Teknologi. Populasi penelitian mencakup mahasiswa terdaftar yang menjadi anggota Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI) dari institusi pendidikan tinggi di Wilayah Jember.

Metodologi analisis yang diterapkan meliputi pemeriksaan kualitas data, uji prasyarat klasik, analisis regresi linear multivariat, uji koefisien determinasi (R^2), serta pengujian hipotesis. Temuan yang diungkapkan oleh Dhea Andrian, Lia Rachmawati, dan Mainatul Ilmi (2025) mengkonfirmasi bahwa secara parsial, Persepsi Risiko, Dorongan Influencer Digital, dan Perkembangan Teknologi memberikan pengaruh signifikan terhadap ketertarikan investasi. Sebaliknya, Kompetensi Investasi dan Pemahaman Finansial tidak menunjukkan pengaruh individual yang signifikan. Namun secara keseluruhan, kelima variabel tersebut membentuk pengaruh kumulatif yang signifikan terhadap minat investasi di pasar modal Indonesia.

Terdapat kesamaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya dalam aspek berikut:

- a. Kesamaan variabel yang digunakan terletak pada penggunaan variabel independen influencer media sosial, yang menjelaskan pengaruhnya terhadap minat investasi.
- b. Kesamaan dalam pengujian juga terlihat pada penggunaan uji hipotesis oleh kedua peneliti untuk melihat hubungan antara variabel independen dan dependen.

Perbedaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya terletak pada aspek berikut:

- a. Topik penelitian peneliti sebelumnya adalah menjelaskan bagaimana pengetahuan, literasi, risiko, influencer, dan teknologi membentuk minat investasi mahasiswa, sedangkan peneliti saat ini menjelaskan faktor sosial digital, yaitu bagaimana penggunaan TikTok, kredibilitas influencer, dan social proof membentuk minat investasi saham pada Gen Z.
- b. Peserta penelitian juga berbeda, di mana peneliti sebelumnya menggunakan mahasiswa anggota Galeri Investasi BEI dari perguruan tinggi di Kabupaten Jember sebagai peserta studi survei, sedangkan peneliti saat ini menggunakan Gen Z dari yang merupakan pengguna aktif TikTok sebagai peserta penelitian survei ini.

- c. Desain eksperimental faktorial sebelumnya menggunakan eksperimen berbasis regresi klasik dengan random sampling untuk menguji efek langsung menggunakan SPSS. Sementara itu, desain eksperimental faktorial peneliti saat ini menggunakan desain berbasis SEM dengan SmartPLS untuk menguji hubungan struktural dan efek mediasi dalam konteks media sosial/digital.

4. **Faizal Fajar Firmansyah, Sriyono, Detak Prapanca (2024)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *social media influencer*, pengetahuan investasi, *return* investasi, dan uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z di Kab Sidoarjo, metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu yang telah dipenuhi. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *Social Media Influencer*, Pengetahuan Investasi, *Return* Investasi, Uang Saku, Minat Investasi. Sampel yang digunakan adalah 100 orang Generasi Z yang berdomisili di kabupaten Sidoarjo, Gen Z yang memahami tentang investasi di pasar modal, Memiliki usia 17-26 tahun. Dalam penelitian ini, serangkaian metode analisis data diterapkan, yang mencakup verifikasi asumsi klasik serta analisis regresi linier berganda. Prosedur pengujian hipotesis dilaksanakan melalui uji koefisien determinasi (R^2) dan uji statistik-t. Temuan yang dihasilkan oleh Faizal Fajar Firmansyah, Sriyono, dan Detak Prapanca (2024) mengungkapkan bahwa *social media influencer*, literasi investasi, imbal hasil investasi, serta alokasi dana individu memiliki dampak yang bersifat positif

terhadap ketertarikan untuk berinvestasi. Dengan nilai kritis t-tabel lebih besar dari 1,671, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, social media influencer memberikan kontribusi yang dominan dalam membentuk ketertarikan investasi pada Generasi Z di wilayah Kabupaten Sidoarjo.

Kajian kontemporer dan riset terdahulu menjembatani perbedaannya melalui titik temu dalam:

- a. Terdapat konsistensi dalam pemilihan variabel independen, di mana Social Media Influencer, sebagai faktor penjelas minat investasi, dimanfaatkan baik oleh riset-riset pendahulu maupun investigasi kontemporer.
- b. Para peneliti, baik dari periode awal maupun mutakhir, mengonfirmasi adanya kemiripan metodologis melalui penerapan metode kuantitatif dalam desain eksperimen mereka dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan menguji hubungan antar variabel menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji pengaruh (melalui regresi atau SEM) untuk mengukur seberapa besar pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap minat investasi generasi Z.

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

- a. Topik penelitian yang dimanfaatkan dalam kajian-kajian sebelumnya memfokuskan analisis pada dampak faktor-faktor sosial dan ekonomi konvensional terhadap ketertarikan berinvestasi secara umum, sementara penelitian kontemporer mengkaji implikasi variabel-variabel digital,

kredibilitas konten, dan perilaku pengguna TikTok terhadap minat investasi saham.

- b. Komposisi sampel dalam kedua penelitian ini bersifat kontras. Peneliti pendahulu merekrut 100 partisipan dari Generasi Z yang bermukim di Kabupaten Sidoarjo, dengan persyaratan menguasai konsep investasi pasar modal dan berada dalam kurun usia 17-26 tahun. Sementara itu, peneliti mutakhir memilih representasi Generasi Z dari lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang secara intensif menggunakan TikTok sebagai unit analisis dalam survei yang dilaksanakan.
- c. Metode kuantitatif regresi linier berganda merupakan desain faktorial yang lazim dipilih para peneliti awal untuk mengkaji dampak faktor-faktor sosio-ekonomi pada minat investasi. Berbeda dengan itu, pendekatan kontemporer lebih memilih desain kuantitatif SEM-SmartPLS guna mengevaluasi kompleksitas hubungan antar variabel digital meliputi platform TikTok, kredibilitas, social proof, dan tingkat literasi keuangan—dengan minat berinvestasi di pasar saham.

5. Parapat Gultom, Annisa Wulandari, Namira Mudrikah Rahmadhina (2024)

Minat investasi diteliti untuk mengkaji determinannya, yang meliputi kompetensi finansial dan dorongan berinvestasi, dengan generasi sebagai variabel pemoderasi. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah Literasi Keuangan, Motivasi Investasi, dan Minat Investasi. Sampel yang digunakan

adalah komunitas akademik Yayasan Panca Budi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi. Minat investasi, berdasarkan hasil studi yang dilaksanakan oleh Parapat Gultom, Annisa Wulandari, dan Namira Mudrikah Rahmadhina (2024), dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan, namun tidak terbukti berdampak oleh motivasi investasi. Sementara itu, pengaruh literasi keuangan tidak diperkuat atau diperlemah oleh kelompok generasi, berbeda dengan pengaruh motivasi investasi yang justru dimoderasi oleh faktor generasi tersebut.

Terdapat kesamaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya dalam aspek berikut:

- a. Kesamaan variabel yang digunakan oleh peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini terletak pada penggunaan variabel independen literasi keuangan, yang menjelaskan pengaruhnya terhadap minat investasi.
- b. Kesamaan dalam pengujian juga terlihat, di mana kedua peneliti menggunakan uji hipotesis untuk melihat hubungan antara variabel independen dan dependen.

Perbedaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya terletak pada aspek berikut:

- a. Topik penelitian peneliti sebelumnya adalah menjelaskan faktor keuangan, yaitu bagaimana literasi, pengetahuan, dan risiko membentuk minat investasi

Gen Z secara umum. Sedangkan peneliti saat ini menjelaskan faktor sosial digital, yaitu bagaimana penggunaan TikTok, kredibilitas influencer, dan social proof membentuk minat investasi saham pada Gen Z.

- b. Peserta penelitian juga berbeda, di mana peneliti sebelumnya menggunakan komunitas akademik Yayasan Panca Budi sebagai peserta studi survei, sedangkan peneliti saat ini menggunakan Gen Z dari yang merupakan pengguna aktif TikTok sebagai peserta dalam penelitian survei ini.
- c. Desain eksperimental faktorial yang digunakan sebelumnya adalah desain kuantitatif tradisional dengan analisis regresi melalui SPSS untuk menguji hubungan langsung antara faktor sosial dan keuangan terhadap minat investasi. Sementara itu, desain eksperimental faktorial yang digunakan peneliti saat ini adalah desain kuantitatif modern dengan SEM–SmartPLS untuk memodelkan efek kompleks antarvariabel (langsung dan tidak langsung) antara penggunaan TikTok, kredibilitas influencer, social proof, dan literasi.

6. Ainurum Dien Suryani Lailatul Amanah (2024)

Penelitian ini dirancang guna menguji kontribusi platform media sosial, literasi keuangan, persepsi risiko, dan imbal hasil terhadap ketertarikan generasi Z berinvestasi dalam bursa efek. Variabel-variabel yang dimanfaatkan meliputi platform media sosial, literasi keuangan, persepsi risiko, imbal hasil, serta ketertarikan berinvestasi. Populasi sampel dibatasi pada mahasiswa Strata 1

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dari semester V ke atas yang telah menyelesaikan mata kuliah analisis investasi portofolio atau manajemen institusi keuangan. Teknik analisis data yang diterapkan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 25. Temuan yang dihasilkan oleh Ainurum Dien Suryani Lailatul Amanah (2024) mengungkapkan bahwa platform media sosial memberikan pengaruh positif signifikan terhadap ketertarikan berinvestasi mahasiswa. Di sisi lain, literasi keuangan terbukti tidak berdampak terhadap ketertarikan berinvestasi. Demikian halnya dengan persepsi risiko, yang tidak menunjukkan pengaruh substantif. Sebaliknya, imbal hasil membuktikan pengaruh positif yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada:

- a. Kesamaan variabel yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan peneliti yang sekarang yaitu sama-sama menggunakan variabel independen *Media Sosial* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat investasi.
- b. Kesamaan pengujian juga dapat dilihat antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji pengaruh (hipotesis) untuk menilai hubungan antar variabel terhadap minat investasi Generasi Z.

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

- a. Topik penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah menjelaskan mengapa seseorang tertarik berinvestasi berdasarkan rasionalitas dan ekonomi, sedangkan peneliti sekarang menjelaskan bagaimana media sosial modern TikTok dan influencer membentuk minat investasi melalui faktor psikologis dan digital.
- b. Partisipan yang digunakan juga berbeda yaitu peneliti terdahulu menggunakan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya semester 5 keatas yang sudah menempuh mata kuliah analisis investasi manajemen portofolio atau manajemen lembaga keuangan. sebagai partisipan dari penelitian eksperimen tersebut. Sedangkan, peneliti sekarang menggunakan partisipan mahasiswa partisipan Generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang aktif bermain tiktok sebagai partisipan yang digunakan dalam penelitian survey ini.
- c. Desain eksperimen faktorial yang digunakan peneliti terdahulu Desain sederhana kuantitatif eksplanatori dengan analisis regresi linier berganda, fokus pada pengaruh langsung antar variabel sosial dan ekonomi. Sedangkan desain eksperimen faktorial yang digunakan oleh peneliti sekarang adalah Desain modern kuantitatif asosiatif dengan model SEM–SmartPLS, fokus pada hubungan digital, sosial, dan literasi keuangan yang kompleks terhadap minat investasi saham.

7. **Muhammad William Fattah, (2023)**

Kajian ini bertujuan menyelidiki bagaimana kecanggihan teknologi, konten edukasi saham di media sosial, dan faktor pendorong mempengaruhi niat investasi di kalangan anggota komunitas saham online. Variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian meliputi kecanggihan teknologi, konten edukasi saham di media sosial, faktor pendorong, dan niat investasi. Penelitian ini melibatkan 380 responden yang tercatat sebagai pemilik rekening efek pada perusahaan sekuritas. Proses analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda, dimana pengujian hipotesis penelitian (Uji-T parsial) diproses menggunakan aplikasi SPSS versi 24. Hasil analisis Muhammad William Fattah (2023) menyimpulkan hal-hal berikut: kecanggihan teknologi secara langsung memengaruhi niat investasi anggota komunitas saham untuk berinvestasi di bursa efek. Sebaliknya, konten edukasi saham di media sosial tidak berdampak langsung pada niat investasi mereka. Sementara itu, faktor pendorong terbukti secara langsung memengaruhi niat anggota komunitas saham untuk menanamkan modal di pasar modal.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada:

- a. Kesamaan variabel yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan peneliti yang sekarang yaitu sama-sama menggunakan variabel independen sosial media yang menjelaskan bagaimana sosial media mempengaruhi minat investasi.
- b. Persamaan metodologi verifikasi dapat diidentifikasi pada penelitian-penelitian sebelumnya dan kontemporer, di mana kedua periode penelitian tersebut sama-sama menerapkan prosedur pengujian untuk menganalisis keabsahan, keandalan, dan keberartian pengaruh variabel X terhadap Y

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

- a. Topik penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah teknologi, sosmed umum, dan motivasi pada semua investor, sedangkan peneliti sekarang menjelaskan mengenai *TikTok*, *influencer*, *social proof*, dan *literasi keuangan* khusus pada Generasi Z.
- b. Subjek penelitian pada studi terdahulu direkrut dari kalangan pemegang rekening efek di perusahaan sekuritas, sementara investigasi terkini melibatkan responden dari kalangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang aktif menggunakan platform TikTok sebagai populasi sampel.
- c. Desain eksperimen faktorial yang digunakan peneliti terdahulu adalah desain kausal sederhana, berfokus pada hubungan antar variabel keuangan formal. Sedangkan desain eksperimen desain kausal-prediktif berbasis SEM-PLS,

dengan model yang lebih kompleks, modern, dan relevan dengan perilaku digital generasi Z.

8. Amalia Vransiska , Sunarmi, (2025)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana konten media sosial investasi dan return investasi berdampak pada minat investasi Generasi Z di Kabupaten Pringsewu. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Konten media sosial Return Investasi Minat Investas. Sampel yang digunakan adalah Generasi Z yang tinggal di kabupaten pringsewu yang sedang atau pernah mempertimbangkan untuk melakukan investasi dan berusia antara 18 sampai dengan 26 dengan menggunakan purposive sampling sebagai metodenya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear berganda menggunakan program SPSS 16.0. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Amalia Vransiska , Sunarmi (2022) adalah Penelitian tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, dengan kontribusi sebesar 58,2% dan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai alat edukasi dan ekspektasi return investasi merupakan faktor penting dalam mendorong keputusan investasi Generasi Z dan dapat menjadi dasar dalam membantu merancang strategi untuk mulai berinvestasi bagi lembaga keuangan, perusahaan sekuritas, atau siapa pun yang ingin berinvestasi.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada:

- a. Kesamaan variabel yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan peneliti yang sekarang yaitu sama-sama menggunakan variabel independen *media sosial* yang menjelaskan bagaimana pengaruh media sosial mempengaruhi minat investasi pada generasi .
- b. Kesamaan pengujian juga dapat dilihat antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama menggunakan pengujian hipotesis untuk menguji beberapa variabel independen/bebas terhadap variabel dependen/terikat.

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

- a. Topik penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah bagaimana isi konten media sosial dan return investasi berpengaruh terhadap minat Generasi Z untuk berinvestasi, sedangkan peneliti sekarang menjelaskan mengenai peran media sosial TikTok, kepercayaan terhadap influencer, dan kemampuan literasi keuangan dalam membentuk minat investasi.
- b. Partisipan yang digunakan juga berbeda yaitu peneliti terdahulu menggunakan Generasi Z di Kabupaten Pringsewu sebagai partisipan dari penelitian survey tersebut. Sedangkan, peneliti sekarang menggunakan

partisipan Generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang aktif bermain tiktok sebagai partisipan yang digunakan dalam penelitian survey ini.

- c. Desain eksperimen yang digunakan peneliti terdahulu adalah regresi linear berganda menggunakan program SPSS 16.0. Sedangkan desain eksperimen yang digunakan oleh peneliti sekarang adalah dengan PLSsem dengan menggunakan aplikasi smartpls.

9. **Kelly, Ary Satria Pamungkas, (2022)**

Penelitian ini bertujuan menguji determinasi literasi keuangan, persepsi risiko, dan efikasi keuangan terhadap minat investasi saham. Studi ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan variabel literasi keuangan, persepsi risiko, efikasi keuangan, serta minat investasi saham. Populasi penelitian mencakup generasi milenial yang berdomisili di wilayah Jakarta. Teknik analisis data mengaplikasikan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang dioperasikan melalui perangkat lunak Smart-PLS edisi 3.3.3. Temuan empiris dari Kelly dan Ary Satria Pamungkas (2022) mengkonfirmasi adanya pengaruh signifikan literasi keuangan dan efikasi keuangan secara positif terhadap minat investasi saham, sementara persepsi risiko tidak menunjukkan dampak yang signifikan terhadap variabel dependen tersebut.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada:

- a. Kesamaan variabel yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan peneliti yang sekarang yaitu sama-sama menggunakan variabel independen literasi keuangan yang menjelaskan bagaimana pengaruh literasi keuangan mempengaruhi minat investasi.
- b. Kesamaan pengujian juga dapat dilihat antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama menggunakan SEMpls untuk menganalisis data yang di dapat dari pengambilan sample.

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

- a. Topik penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah menjelaskan faktor-faktor psikologis dan finansial yang memengaruhi minat investasi saham pada generasi milenial di Jakarta, sedangkan peneliti sekarang menjelaskan mengenai pengaruh media sosial TikTok dan perilaku digital terhadap minat investasi saham generasi Z.
- b. Partisipan yang digunakan juga berbeda yaitu peneliti terdahulu menggunakan generasi milenial yang berdomisili di daerah Jakarta sebagai partisipan dari penelitian survey tersebut. Sedangkan, peneliti sekarang menggunakan partisipan mahasiswa partisipan Generasi Z di fakultas ekonomi dan bisnis yang aktif bermain tiktok sebagai partisipan yang digunakan dalam penelitian survey ini.

- c. Desain eksperimen faktorial yang digunakan peneliti terdahulu adalah desain kausal sederhana, berfokus pada hubungan antar variabel keuangan formal. Sedangkan desain eksperimen desain kausal-prediktif berbasis SEM-PLS, dengan model yang lebih kompleks, modern, dan relevan dengan perilaku digital generasi Z.

10. Eka Dasra Viana, Firdha Febrianti, Farida Ratna Dewi, (2021)

Peneliti dalam studi ini menitikberatkan pada dua tujuan utama: mengukur kapasitas literasi serta inklusi keuangan Generasi Z di Jabodetabek dan menelaah pengaruh kedua kapasitas tersebut terhadap minat investasi mereka di pasar modal. Penelitian ini mendefinisikan tiga variabel kunci, yaitu inklusi keuangan, literasi keuangan, dan minat investasi. Adapun kriteria subjek penelitian yang ditentukan adalah mereka yang termasuk dalam kelompok Generasi Z (berusia 15-25 tahun) dan berdomisili di Jabodetabek. Pada bagian analisis, peneliti memanfaatkan dua teknik, yakni analisis deskriptif dan *Structural Equation Modeling* (SEM) – PLS. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan Viana, dkk. (2021), dapat disimpulkan bahwa Generasi Z di Jabodetabek memiliki tingkat literasi keuangan dan inklusi keuangan yang termasuk dalam kategori *well literate*. Akan tetapi, dari hasil analisis lebih lanjut terungkap bahwa literasi keuangan tidak berdampak pada minat investasi, berbeda dengan inklusi keuangan yang justru memberikan pengaruh.

Identifikasi kemiripan metodologis antara kajian kontemporer dan penelitian pendahulu terletak pada:

- a. Keseragaman variabel independen yang diterapkan, dimana Literasi Keuangan tetap digunakan sebagai penjelas pengaruh media sosial terhadap ketertarikan investasi Generasi Z.
- b. Konsistensi prosedur analitis yang dimanifestasikan melalui penerapan metode Structural Equation Modeling (SEM) – Partial Least Squares dalam kedua periode penelitian

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

- a. Topik penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah meneliti faktor keuangan formal yaitu literasi & inklusi, sedangkan peneliti sekarang tidak hanya menjelaskan mengenai keuangan formal saja yaitu literasi keuangan tetapi menjelaskan tentang faktor digital & sosial media seperti TikTok, influencer, social proof
- b. Partisipan yang digunakan juga berbeda yaitu peneliti terdahulu menggunakan masyarakat yang termasuk dalam kelompok generasi Z (15- 25 tahun) dan bertempat tinggal di Jabodetabek sebagai partisipan dari penelitian survey tersebut. Sedangkan, peneliti sekarang menggunakan partisipan Generasi Z di fakultas ekonomi dan bisnis yang aktif bermain tiktok sebagai partisipan yang digunakan dalam penelitian survey ini.

- c. Desain eksperimen faktorial yang digunakan peneliti terdahulu adalah desain kausal sederhana, berfokus pada hubungan antar variabel keuangan formal. Sedangkan desain eksperimen desain kausal-prediktif berbasis SEM-PLS, dengan model yang lebih kompleks, modern, dan relevan dengan perilaku digital generasi Z.

2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun Peneliti	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Analisis
1	Nur Rochman Saputra & Dewi Kusuma Wardani (2025)	Motivasi Investasi, Social Media Influencer TikTok, FoMO, Minat Membeli Saham	Mahasiswa FKIP UNS	Regresi Linier Berganda (SPSS)	Motivasi investasi, social media influencer, dan FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli saham mahasiswa FKIP UNS
2	Maya Deviana & Fauziah (2025)	Risk Perception, Financial Literacy, Financial Efficacy, Social Media Influencers, Investment Interest	Mahasiswa Akuntansi FEB Universitas PGRI Adi Buana Surabaya (angkatan 2021–2022)	Uji Validitas, Reliabilitas, Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Uji t dan F	Financial literacy, financial efficacy, dan social media influencer berpengaruh terhadap minat investasi; semua variabel secara simultan berpengaruh signifikan
3	Dhea Andrian, Lia Rachmawati & Mainatul Ilmi (2025)	Investment Knowledge, Financial Literacy, Investment Risk, Social Media Influencer, Technological Sophistication, Investment Interest	Mahasiswa anggota GIBEL di Jember	Regresi Linier Berganda, Uji R ² , Uji t, Uji F	Investment Risk, Social Media Influencer, dan Technological Sophistication berpengaruh terhadap minat investasi; Investment Knowledge & Financial Literacy tidak berpengaruh parsial
4	Faizal Fajar Firmansyah, Sriyono & Detak Prapanca (2024)	Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return	100 Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo (usia 17–26 tahun)	Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji R ²	Terdapat pengaruh positif antara semua variabel independen terhadap minat investasi; social

		Investasi, Uang Saku, Minat Investasi			media influencer memiliki pengaruh paling kuat
5	Parapat Gultom, Annisa Wulandari & Namira Mudrikah Rahmadhina (2024)	Financial Literacy, Investment Motivation, Investment Interest	Civitas Akademika Yayasan Panca Budi	Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi	Financial literacy berpengaruh signifikan terhadap minat investasi; investment motivation tidak berpengaruh signifikan; generational groups memoderasi investment motivation
6	Ainurum Dien Suryani Lailatul Amanah (2024)	Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Return, Minat Investasi	Mahasiswa STIESIA Surabaya semester ≥ 5	Regresi Linier Berganda (SPSS 25)	Platform media sosial dan return berpengaruh positif terhadap minat investasi; pengetahuan investasi dan persepsi risiko tidak berpengaruh
7	Muhammad William Fattah (2023)	Kemajuan Teknologi, Sosial Media Edukasi Saham, Motivasi, Minat Investasi	380 responden anggota komunitas saham online	Regresi Linier Berganda (SPSS 24)	Teknologi dan motivasi berpengaruh positif terhadap minat investasi; sosial media edukasi saham tidak berpengaruh signifikan
8	Amalia Vransiska & Sunarmi (2022)	Konten Media Sosial, Return Investasi, Minat Investasi	Generasi Z di Kabupaten Pringsewu (usia 18–26 tahun)	Regresi Linier Berganda (SPSS 16.0)	Media sosial dan return investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi; kontribusi pengaruh sebesar 58,2%
9	Kelly & Ary Satria Pamungkas (2022)	Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Efikasi Keuangan, Minat Investasi Saham	Generasi Milenial di Jakarta	SEM-PLS (SmartPLS 3.3.3)	Literasi keuangan dan efikasi keuangan berpengaruh positif; persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi saham

10	Eka Dasra Viana, Firdha Febrianti & Farida Ratna Dewi (2021)	Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Minat Investasi	Generasi Z (usia 15–25 tahun) di Jabodetabek	SEM–PLS	Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi; inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi
----	---	--	---	---------	---

2. 2 Tabel Matriks GAP Research

No	Peneliti	Tahun	Media Sosial	Literasi Keuangan	Influencer	Social Proof / FoMO
1	Nur Rochman Saputra & Dewi Kusuma Wardani	2025	B	-	B	B
2	Maya Deviana & Fauziah	2025	-	B	B	-
3	Dhea Andrian, Lia Rachmawati & Mainatul Ilmi	2025	-	TB	B	-
4	Faizal Fajar Firmansyah, Sriyono & Detak Prapanca	2024	B	-	B	-
5	Parapat Gultom, Annisa Wulandari & Namira Mudrikah Rahmadhina	2024	-	B	-	-
6	Ainurum Dien Suryani Lailatul Amanah	2024	B	TB	-	-
7	Muhammad William Fattah	2023	TB	-	-	B
8	Amalia Vransiska & Sunarmi	2022	B	-	-	-
9	Kelly & Ary Satria Pamungkas	2022	-	B	-	-
10	Eka Dasra Viana, Firdha Febrianti & Farida Ratna Dewi	2021	-	TB	-	-

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang diformulasikan oleh Ajzen (1991) dalam (Negara et al, 2020) sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* mengemukakan bahwa tindakan individu ditentukan oleh niat perilaku yang merupakan fungsi dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Ketiga determinan inilah yang membentuk intensi behavioral. Berlandaskan postulat bahwa manusia merupakan makhluk rasional yang memproses informasi secara sistematis, TPB menegaskan bahwa individu mempertimbangkan konsekuensi dari setiap tindakan sebelum mengambil keputusan untuk melaksanakan atau mengabaikan suatu perilaku. Prediksi perilaku dalam kerangka teoretis ini terutama didasarkan pada kekuatan intensi behavioral (Ajzen, 1991). Dalam penelitian ini, teori TPB digunakan untuk menjelaskan bahwa minat investasi saham generasi Z dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dan sosial yang muncul dari lingkungan digital, seperti:

1. Sikap terhadap perilaku investasi, yang dapat terbentuk melalui paparan konten TikTok (variabel intensitas penggunaan TikTok).
2. Norma subjektif, yang dipengaruhi oleh kredibilitas influencer dan social proof dari komunitas online.
3. Persepsi kontrol perilaku, yang terbentuk melalui tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang.

Dengan demikian, teori TPB menjadi kerangka umum yang menjelaskan bagaimana keempat variabel independen dalam penelitian ini dapat memengaruhi *minat investasi saham* sebagai perilaku yang dihasilkan dari niat individu.

2.2.3 Media Sosial TikTok dan Intensitas Penggunaan

Menurut (Muhajarah, 2021) TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna membuat dan membagikan konten kreatif dengan mudah. Aplikasi ini pertama kali dikembangkan oleh perusahaan asal Tiongkok, ByteDance, pada tahun 2016 dan mengalami pertumbuhan pesat di seluruh dunia. TikTok memberikan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri melalui video musik pendek dan interaksi sosial yang dinamis. Dalam perilaku investasi, intensitas penggunaan TikTok menggambarkan seberapa sering dan lama pengguna terpapar konten bertema keuangan atau investasi. Semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok, semakin besar peluang pengguna untuk memperoleh informasi, inspirasi, atau dorongan dari konten investasi yang mereka lihat. Hal ini sejalan dengan teori *social learning*, di mana individu dapat belajar perilaku baru melalui observasi terhadap orang lain di media sosial.

2.2.4 Literasi Keuangan

Dikonsepsikan oleh Bhushan dan Medury (2013) dalam Arianti, (2022) bahwa kompetensi finansial merupakan kapabilitas dalam melakukan evaluasi informasi dan penetapan keputusan strategis terkait utilisasi serta pengaturan dana. Konstruk ini dihasilkan dari kombinasi antara kompetensi personal, wawasan teoretis, orientasi

sikap, dan manifestasi perilaku individu dalam konteks moneter. Terdapat interkoneksi yang substansial antara penguasaan literasi keuangan dengan praktik pengelolaan finansial. Keyakinan dalam pengambilan keputusan investasi akan dimiliki oleh individu yang mempunyai kompetensi finansial unggul, yang disebabkan oleh kemampuan kognitif untuk menganalisis prospek investasi secara logis.

2.2.5 Kredibilitas Influencer

Menurut Sugiharto et al., (2018), *influencer* adalah individu yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi sikap dan perilaku orang lain melalui keahlian, popularitas, atau kepercayaan yang mereka miliki di media sosial. Kredibilitas influencer dapat diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*).

2.2.6 Social Proof

Social proof merupakan fenomena psikologis ketika individu meniru perilaku orang lain karena menganggap bahwa tindakan tersebut adalah keputusan yang benar, umum dilakukan, atau sosialnya dapat diterima. Dalam konteks media sosial, social proof termanifestasi melalui indikator digital seperti jumlah like, komentar, testimoni, repost, hingga popularitas konten yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap suatu tindakan, termasuk keputusan investasi.

2.2.7 Minat Investasi Saham

Minat investasi adalah dorongan psikologis yang membuat individu tertarik untuk menanamkan modalnya pada instrumen keuangan dengan harapan memperoleh

keuntungan di masa depan. Minat ini biasanya muncul setelah individu memiliki pemahaman, keyakinan, dan pengalaman yang cukup tentang investasi (Andrian et al., 2025) Dalam pasar modal, minat investasi saham mencerminkan kecenderungan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan investasi jangka panjang melalui pembelian saham perusahaan.

2.3 Hubungan antar variabel

2.3.1 Pengaruh Intesitas Penggunaan tiktok terhadap minat investasi

Intensitas penggunaan TikTok menggambarkan frekuensi dan durasi seseorang dalam mengakses platform tersebut untuk memperoleh hiburan, informasi, maupun edukasi. TikTok saat ini menjadi sarana yang banyak digunakan generasi Z untuk mengakses konten terkait keuangan, investasi, maupun pengalaman para investor pemula maupun profesional. Semakin sering individu terpapar konten yang membahas investasi seperti tips saham, edukasi dasar investasi, atau testimoni keuntungan semakin tinggi peluang individu tersebut memiliki persepsi positif terhadap investasi saham.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior (TPB)*, intensitas penggunaan TikTok dapat membentuk sikap (attitude) terhadap investasi melalui informasi yang dikonsumsi secara berulang. Ketika pengguna sering melihat konten yang menunjukkan bahwa investasi saham memiliki manfaat jangka panjang atau memberikan keuntungan, hal ini dapat membentuk sikap positif terhadap perilaku investasi. Selain itu, intensitas penggunaan TikTok juga berkaitan dengan norma subjektif (subjective norms). Ketika pengguna melihat banyak orang di platform tersebut membagikan pengalaman investasi

atau membuktikan keberhasilannya, hal ini menciptakan persepsi bahwa investasi adalah tindakan yang umum dilakukan. Norma sosial digital ini dapat mendorong individu untuk mengikuti perilaku yang sama.

Intensitas penggunaan TikTok juga meningkatkan perceived behavioral control, yaitu keyakinan bahwa seseorang mampu melakukan investasi setelah memahami langkah-langkahnya melalui konten tutorial, penjelasan sederhana, dan edukasi praktis yang sering muncul di beranda TikTok. Semakin sering pengguna terpapar konten edukatif, semakin besar keyakinannya bahwa ia mampu memulai investasi. Penelitian terdahulu oleh Vransiskaamalia, (2025) dan Suryani et al, (2024) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, menguatkan bahwa paparan konten digital dapat meningkatkan niat dan ketertarikan seseorang untuk berinvestasi.

Hipotesis:

H1: Intensitas Penggunaan TikTok berpengaruh terhadap Minat Investasi Saham.

2.3.2 Pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi

Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami konsep dasar keuangan seperti pengelolaan uang, penganggaran, tabungan, risiko, serta investasi. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik mampu mengidentifikasi peluang dan risiko finansial, membuat keputusan keuangan secara rasional, serta memahami pentingnya investasi dalam mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Semakin tinggi

literasi keuangan seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk menyadari manfaat investasi saham sebagai instrumen pengembangan aset.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)*, literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap *perceived behavioral control*, yakni keyakinan individu bahwa ia memiliki kemampuan dan pengetahuan yang cukup untuk melakukan perilaku tertentu. Individu yang memahami konsep investasi akan merasa lebih mampu dan percaya diri untuk mengambil keputusan investasi, sehingga meningkatkan minat untuk berinvestasi. Selain itu, literasi keuangan juga membentuk sikap (*attitude*) terhadap investasi saham. Ketika seseorang memahami manfaat pertumbuhan modal, potensi keuntungan jangka panjang, dan strategi pengelolaan risiko, ia akan memiliki evaluasi positif terhadap tindakan investasi. Sikap positif ini menjadi pendorong utama terbentuknya niat untuk berinvestasi.

Literasi keuangan juga berkaitan dengan norma subjektif (*subjective norms*). Individu yang memahami pentingnya pengelolaan keuangan dan investasi cenderung lebih mudah menyesuaikan perilaku mereka dengan norma sosial yang mendukung keputusan finansial yang bijaksana. Dengan demikian, literasi keuangan membantu membentuk persepsi bahwa investasi merupakan tindakan yang wajar, tepat, dan sesuai standar perilaku finansial yang bertanggung jawab.

Penelitian terdahulu oleh Melisa (2025), Istanti (2023), dan Febriana (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku

dan minat investasi. Hasil-hasil tersebut menguatkan bahwa pemahaman keuangan merupakan faktor penting dalam pembentukan niat dan tindakan investasi.

Hipotesis:

H2: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi Saham.

2.3.3 Pengaruh Kredibilitas influencer terhadap minat investasi

Kredibilitas influencer adalah tingkat kepercayaan yang diberikan audiens kepada seorang influencer yang dinilai memiliki keahlian (*expertise*), kejujuran (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*) dalam menyampaikan informasi. Influencer yang dipandang memiliki pemahaman mendalam mengenai investasi, konsisten dalam memberikan edukasi, serta mampu menjelaskan konsep keuangan secara sederhana akan lebih mudah memengaruhi persepsi dan keputusan pengikutnya. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior (TPB)*, kredibilitas influencer berkaitan erat dengan komponen norma subjektif (*subjective norms*). Ketika influencer yang dihormati atau dipercaya memberikan rekomendasi atau edukasi mengenai investasi saham, individu merasa terdorong untuk mengikuti perilaku tersebut karena influencer dipandang sebagai rujukan sosial yang valid. Hal ini menciptakan tekanan sosial positif, sehingga minat untuk berinvestasi menjadi lebih kuat.

Kredibilitas influencer juga memengaruhi sikap (*attitude*) terhadap investasi. Informasi yang disampaikan secara meyakinkan, konsisten, dan mudah dipahami oleh influencer akan menumbuhkan persepsi bahwa investasi saham adalah kegiatan yang aman, menguntungkan, dan layak dicoba. Sikap positif tersebut menjadi salah satu

pendorong utama terbentuknya minat berinvestasi. Selain itu, kredibilitas influencer dapat meningkatkan perceived behavioral control, yaitu keyakinan individu bahwa ia mampu melakukan tindakan investasi. Ketika influencer menjelaskan langkah-langkah investasi secara sederhana, memberikan tutorial, atau membagikan pengalaman pribadi, individu merasa bahwa investasi bukanlah hal yang sulit atau berisiko tinggi. Persepsi mampu inilah yang mendorong terbentuknya niat dan minat investasi saham.

Penelitian terdahulu oleh Saputra et al, (2025) menunjukkan bahwa influencer di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli saham, terutama melalui mekanisme FoMO dan norma sosial digital. Penelitian (Firmansyah et al., 2024) juga menemukan bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh langsung terhadap minat investasi generasi muda. Temuan ini menguatkan bahwa kredibilitas influencer merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi minat investasi.

Hipotesis:

H3: Kredibilitas Influencer berpengaruh terhadap Minat Investasi Saham.

2.4.4 Pengaruh Social Proof influencer terhadap minat investasi

Social proof merupakan kondisi ketika seseorang meniru perilaku orang lain karena meyakini bahwa tindakan tersebut benar, umum dilakukan, atau memberikan manfaat. Dalam konteks media sosial, social proof tampak melalui jumlah likes, komentar positif, testimoni keberhasilan, popularitas konten, dan tren viral yang berkaitan dengan investasi. Ketika pengguna melihat banyak orang yang membicarakan atau melakukan investasi saham, hal ini dapat membentuk persepsi bahwa investasi

merupakan tindakan yang wajar dan menguntungkan. Dalam perspektif Theory of Planned Behavior (TPB), social proof memiliki hubungan yang sangat kuat dengan norma subjektif (subjective norms). Norma subjektif merupakan persepsi individu tentang tekanan sosial atau pengaruh lingkungan yang mendorongnya untuk melakukan suatu tindakan. Ketika individu melihat bahwa banyak orang di lingkungannya terutama di media sosial berhasil dalam investasi, ia akan merasakan dorongan sosial untuk meniru tindakan tersebut. Social proof memperkuat persepsi bahwa perilaku investasi didukung oleh kelompok atau komunitas, sehingga meningkatkan niat individu untuk berinvestasi.

Social proof juga dapat memengaruhi sikap (attitude) terhadap investasi. Ketika konten investasi yang populer menunjukkan testimoni positif atau keuntungan yang diperoleh investor lain, individu akan mengembangkan penilaian yang lebih positif terhadap investasi saham. Evaluasi positif ini terbentuk karena individu menilai bahwa banyak orang memperoleh manfaat, sehingga ia menganggap investasi sebagai tindakan yang aman dan menguntungkan. Selain itu, social proof dapat meningkatkan perceived behavioral control, yaitu keyakinan bahwa seseorang mampu melakukan investasi ketika melihat bahwa banyak orang lain berhasil melakukannya. Ketika individu melihat bahwa investasi dilakukan oleh orang biasa (bukan hanya ahli keuangan), ia merasa proses tersebut lebih mudah dan dapat dilakukan oleh siapa saja. Hal ini meningkatkan kepercayaan diri individu untuk memulai investasi.

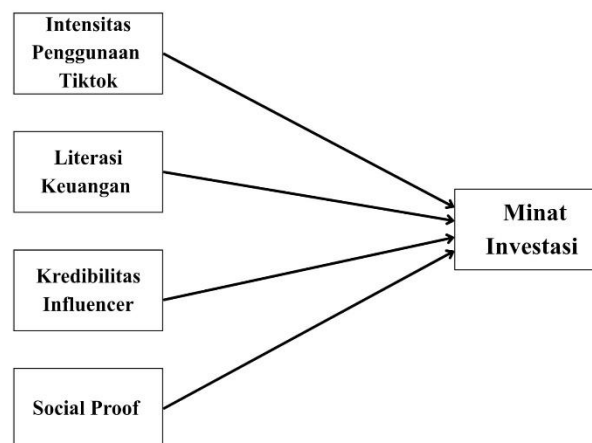
Penelitian oleh Nikmah et al., (2022) serta Saputra et al., (2025) menunjukkan bahwa social proof dan mekanisme tekanan sosial digital berpengaruh signifikan

terhadap minat dan perilaku investasi melalui fenomena seperti Fear of Missing Out (FoMO). Hasil ini memperkuat pandangan bahwa social proof merupakan salah satu faktor sosial yang memengaruhi niat berinvestasi.

Hipotesis:

H4: Social Proof berpengaruh terhadap Minat Investasi Saham.

2.4 Kerangka Pemikiran



2.1 Gambar Kerangka Berpikir

Hipotesis Penelitian

H₁: Intensitas Penggunaan TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Saham Generasi Z.

H₂: Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Saham Generasi Z.

H₃: Kredibilitas Influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Saham Generasi Z.

H₄: Social Proof berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Saham Generasi