

Analisis Pengaruh Motivasi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Serta Implikasinya pada Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Kota Bandung

Analysis of the Influence of Motivation and Financial Literacy on Investment Interest and Its Implications on Investment Decision Making of Millennials and Generation Z in Bandung City

Cahyanti Nuralfiah*

Program Pasca Sarjana Manajemen, Sangga Buana YPKP Bandung
E-mail: cahyantnuralfiah@gmail.com

Fitriana

Program Pasca Sarjana Manajemen, Sangga Buana YPKP Bandung
E-mail: fitrianadachlan64@gmail.com

Sumeidi Kadarisman

Program Pasca Sarjana Manajemen, Sangga Buana YPKP Bandung
E-mail: sumeidi1958@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia's economic transformation in the endemic adaptation era creates complex investment dynamics for millennials and Generation Z. This study aims to analyze the influence of motivation and financial literacy on investment interest and its impact on investment decisions of the younger generation in Bandung City. The research method uses a quantitative approach with a descriptive-verification design on 100 respondents through purposive sampling technique. The research instrument is a Likert scale structured questionnaire that has been validated and tested for reliability. Data analysis uses path analysis to identify causal relationships between variables. The results show that financial literacy has a positive and significant influence on investment interest with greater dominance compared to motivation. Both variables simultaneously have a significant effect on investment interest. Investment interest is proven to be a significant mediator of investment decisions. Indirect effect analysis reveals that financial literacy through investment interest contributes more to investment decisions than motivation. Empirical findings confirm the crucial role of financial literacy in shaping the investment behavior of the digital generation. Cognitive components are proven to be more dominant than motivational aspects in driving investment decisions. The research implications emphasize the importance of strengthening financial education as a priority strategy in increasing the participation of the younger generation in the Indonesian capital market.

Keywords: Financial literacy, investment motivation, investment decision.

ABSTRAK

Transformasi ekonomi Indonesia pada era adaptasi endemik menciptakan dinamika investasi yang kompleks bagi generasi milenial dan Z. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh motivasi dan literasi keuangan terhadap minat investasi serta dampaknya pada keputusan investasi generasi muda di Kota Bandung. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif-verifikatif pada 100 responden melalui teknik purposive sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur skala Likert yang telah divalidasi dan diuji reliabilitasnya. Analisis data menggunakan path analysis untuk mengidentifikasi hubungan kausal antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi dengan dominasi yang lebih besar dibandingkan motivasi. Kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Minat investasi terbukti sebagai mediator signifikan terhadap keputusan investasi. Analisis pengaruh tidak langsung mengungkapkan literasi keuangan melalui minat investasi berkontribusi lebih besar terhadap keputusan investasi dibandingkan motivasi. Temuan empiris mengkonfirmasi peran krusial literasi keuangan dalam

membentuk perilaku investasi generasi digital. Komponen kognitif terbukti lebih dominan dibandingkan aspek motivasional dalam mendorong keputusan investasi. Implikasi penelitian menekankan pentingnya penguatan edukasi keuangan sebagai strategi prioritas dalam meningkatkan partisipasi generasi muda di pasar modal Indonesia.

Kata Kunci: Literasi keuangan, motivasi investasi, keputusan investasi.

**Corresponding author*

PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi Indonesia dalam menghadapi era adaptasi endemi pada periode 2022-2025 telah menghasilkan dinamika kompleks dalam ekosistem investasi nasional. Strategi pertumbuhan ekonomi yang dikenal sebagai *living with endemic* tidak hanya menandai pemulihan sektor riil, tetapi juga memicu revitalisasi pasar modal yang signifikan. Fenomena ini tercermin melalui pencapaian Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang mencapai rekor tertinggi, mengindikasikan penguatan kepercayaan investor terhadap prospek ekonomi domestik (Falah *et al.*, 2024). Momentum pemulihan tersebut semakin diperkuat oleh akselerasi digitalisasi yang memfasilitasi aksesibilitas investasi bagi segmen demografis yang lebih luas. Revolusi demografi investor Indonesia menunjukkan karakteristik yang signifikan untuk dieksplorasi secara mendalam. Data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per 17 Desember 2021 mencatat peningkatan drastis jumlah investor hingga 7,3 juta orang, merepresentasikan kenaikan sebesar 89,6 persen dibandingkan tahun 2020. Dinamika ini didominasi oleh partisipasi aktif generasi milenial yang lahir pada rentang 1980-1996 dan generasi Z yang lahir setelah 1997, berdasarkan klasifikasi Beresford Research yang membagi generasi menjadi beberapa kohort demografis (Falah *et al.*, 2024).

Komposisi demografis Indonesia tahun 2020 menunjukkan bahwa generasi milenial dan generasi Z masing-masing mencakup 27,94 persen dan 25,87 persen dari total populasi, menggarisbawahi potensi besar kedua kelompok ini dalam menggerakkan dinamika pasar modal (Hasim & Solihin, 2024). Analisis demografis investor individual tahun 2021 mengungkapkan dominasi generasi muda dalam aktivitas investasi, dimana investor berusia di bawah 30 tahun mencapai 21,46 persen, sementara kelompok usia 31-40 tahun mencapai 60,02 persen dari total investor individual (Himmah *et al.*, 2020). Fenomena ini menunjukkan stabilitas partisipasi generasi milenial dalam aktivitas investasi, yang mengindikasikan kematangan pemahaman finansial kelompok ini. Jawa Barat, sebagai provinsi dengan aktivitas ekonomi yang dinamis, menunjukkan perkembangan investasi yang signifikan. Kota Bandung secara khusus menunjukkan performa yang impresif dengan peningkatan jumlah investor sebesar 153,07 persen pada akhir 2021, mencapai 705.265 investor dimana 308.000 di antaranya merupakan investor milenial dan generasi Z (Himmah *et al.*, 2020). Kondisi ini menjadikan Kota Bandung sebagai lokus penelitian yang tepat untuk menganalisis perilaku investasi generasi muda.

Literasi keuangan memegang peranan krusial dalam proses pengambilan keputusan investasi. Definisi literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola keuangan guna membuat keputusan finansial yang tepat (Intan Adilah Nasution & Hadita Hadita, 2024) menjadi fondasi bagi aktivitas investasi yang efektif. Survei Financial Fitness Index 2022 yang dirilis OCBC NISP dengan NielsenIQ

Indonesia mengungkapkan fakta bahwa 78 persen generasi muda tidak memahami mekanisme kerja dan risiko produk investasi (Asari & Kurnianingsih, 2022). Temuan yang lebih mengkhawatirkan menunjukkan bahwa 80 persen generasi muda belum memiliki kebiasaan membuat anggaran pengeluaran, dan hanya 8 persen yang konsisten mengikuti anggaran yang telah disusun. Kondisi ini sejalan dengan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2019 yang menunjukkan tingkat literasi keuangan nasional sebesar 38,03 persen, jauh di bawah tingkat inklusi keuangan sebesar 76,19 persen.

Dalam perspektif *behavioral finance*, perilaku investasi generasi Z memiliki karakteristik unik yang berbeda dari generasi sebelumnya. Teori hierarki kebutuhan Maslow dapat diaplikasikan untuk memahami motivasi investasi generasi Z, dimana kebutuhan aktualisasi diri dan pengakuan sosial melalui media digital menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan investasi. Generasi Z yang tumbuh dalam era digital memiliki kecenderungan untuk melakukan investasi berdasarkan tren sosial media dan *fear of missing out* (FOMO), yang mencerminkan bias perilaku yang khas dalam konteks *behavioral finance*. Penelitian terdahulu menunjukkan inkonsistensi hasil yang menciptakan *research gap* yang signifikan. (Ismail *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa, sementara (Maini *et al.*, 2024) menemukan hasil yang kontradiktif. Penelitian (Pramudita & Anjani, 2024) mengindikasikan pengaruh positif literasi keuangan terhadap minat investasi generasi milenial di Surakarta, kontras dengan temuan (Pramudita & Anjani, 2024) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap minat investasi generasi Z di Jabodetabek (Pramudita & Anjani, 2024).

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian teori *behavioral finance* dengan teori hierarki kebutuhan Maslow untuk menganalisis perilaku investasi generasi Z. Penelitian sebelumnya belum mengeksplorasi secara komprehensif bagaimana karakteristik psikologis dan sosial generasi Z mempengaruhi keputusan investasi mereka dalam konteks digitalisasi pasar modal Indonesia. Selain itu, penelitian ini mengisi kesenjangan dalam literatur dengan menganalisis secara simultan pengaruh motivasi dan literasi keuangan pada dua generasi berbeda dalam satu lokus geografis yang spesifik. *Research gap* yang ada menunjukkan perlunya investigasi yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi generasi muda, terutama dalam konteks perkembangan teknologi finansial dan perubahan perilaku konsumsi digital. Penelitian ini juga mengisi kekosongan dalam literatur mengenai aplikasi teori *behavioral finance* pada generasi Z Indonesia, yang memiliki karakteristik kulturel dan ekonomi yang berbeda dari penelitian internasional. Berdasarkan kompleksitas fenomena yang telah diuraikan dan adanya kesenjangan penelitian yang signifikan, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh motivasi dan literasi keuangan terhadap minat investasi serta implikasinya pada pengambilan keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z di Kota Bandung.

Tinjauan Pustaka

Landasan Teori Manajemen Keuangan dan Investasi

Konsep manajemen keuangan menjadi fondasi dalam memahami perilaku investasi individu. Manajemen keuangan didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan perusahaan atau organisasi yang meliputi perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, perolehan pendanaan, dan penyimpanan dana untuk mencapai efektivitas dan efisiensi sesuai rencana yang ditetapkan (Suleman *et al.*, 2019). Perspektif lain menyebutkan bahwa manajemen keuangan berkaitan dengan perolehan aset, pendanaan,

dan pengelolaan aset berdasarkan tujuan umum yang terbagi dalam tiga area utama yaitu investasi, pendanaan, dan manajemen aset. Konsep investasi dalam konteks manajemen keuangan dipahami sebagai aktivitas mengalokasikan dana pada periode tertentu dengan ekspektasi memperoleh keuntungan dan peningkatan nilai investasi.

Perspektif *Behavioral Finance* dalam Pengambilan Keputusan

Paradigma *behavioral finance* memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana faktor psikologis mempengaruhi keputusan keuangan individu. (Saputri *et al.*, 2024) mendefinisikan *behavioral finance* sebagai ilmu yang memahami perilaku manusia dalam pengambilan keputusan keuangan, dimana strategi investasi dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis. Konsep ini menggabungkan ekonomi klasik dengan psikologi dan ilmu pengambilan keputusan, menjelaskan anomali-anomali keuangan yang tidak dapat diprediksi oleh teori ekonomi konvensional (Suriani, 2022). Tilson mengidentifikasi berbagai bias perilaku yang mempengaruhi keputusan investasi, termasuk kepercayaan berlebihan (*overconfident*), proyeksi masa lalu ke masa depan, perilaku mengikuti massa (*herding*), dan *anchoring* pada data tidak relevan (Suriani, 2022).

Karakteristik Generasi Milenial dan Generasi Z

Penelitian ini memfokuskan pada generasi milenial dan generasi Z sebagai subjek penelitian. Generasi milenial didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1981-1996 dan berusia 25-40 tahun pada 2021, sedangkan generasi Z lahir antara tahun 1997-2012 dan berusia 9-24 tahun pada 2021 (Saputri *et al.*, 2024). Karakteristik generasi milenial mencakup kepercayaan diri, rasa ingin tahu, dan kecenderungan mempertanyakan otoritas, sementara generasi Z memiliki sifat ambisius, digital-native, dan percaya diri. Kedua generasi ini memiliki keunggulan dalam adaptasi teknologi digital yang mempengaruhi cara mereka mengakses informasi dan membuat keputusan investasi.

Teori Motivasi dalam Konteks Investasi

Teori motivasi Maslow memberikan kerangka teoritis untuk memahami dorongan investasi individu. Teori ini mengasumsikan bahwa seluruh pribadi termotivasi, motivasi bersifat kompleks dan sering tidak sadar, individu terus menerus dimotivasi oleh kebutuhan, dan kebutuhan dasar yang sama berlaku untuk semua orang (Saputri *et al.*, 2024; Semiun, 2021). Hierarki kebutuhan Maslow mencakup kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri yang harus dipenuhi secara bertahap. Motivasi investasi didefinisikan sebagai desakan eksternal yang mendorong individu melakukan aktivitas investasi (Romandhon *et al.*, 2022), atau kondisi individu yang memusatkan keinginan untuk mencapai tujuan keuangan tertentu di masa datang (Asari & Kurnianingsih, 2022).

Literasi Keuangan dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Investasi

Literasi keuangan merupakan pengetahuan mengenai risiko dan perencanaan keuangan serta keyakinan untuk mengimplementasikan pemahaman tersebut dalam pengambilan keputusan anggaran dan partisipasi ekonomi. Dimensi literasi keuangan terdiri dari *Basic Financial Literacy* yang mencakup pemahaman perhitungan keuangan dan produk keuangan formal, serta *Advance Financial Literacy* yang meliputi pemahaman investasi dalam saham, obligasi, reksa dana, termasuk metode transaksi, *return*, dan risiko (Ernitawati & Fitralisma, 2021). Indikator literasi keuangan menurut

OECD 2017 meliputi pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap (Viana *et al.*, 2021).

Minat Investasi sebagai Variabel Mediasi

Minat investasi dipahami sebagai kecenderungan hati terhadap keinginan yang timbul dari dalam diri sendiri (Maini *et al.*, 2024), atau bentuk keinginan seseorang untuk melakukan aktivitas yang ingin diraih dari masing-masing individu (Maini *et al.*, 2024). Klasifikasi minat menurut Carl Safran dan Sukardi meliputi *expressed interest* yang diekspresikan melalui objek aktivitas, manifest interest yang disimpulkan dari keikutsertaan dalam kegiatan tertentu, *invored interest* yang berasal dari daftar aktivitas sejenis, dan *tested interest* yang merupakan minat dari pengetahuan dan keterampilan suatu kegiatan (Albab & Zuhri, 2019).

Keputusan Investasi sebagai Variabel Dependen

Keputusan investasi merupakan proses berkelanjutan (*ongoing process*) yang melibatkan kebijakan berdasarkan alternatif alokasi modal dengan harapan memperoleh nilai di masa datang (Pramudita & Anjani, 2024). Proses ini dipengaruhi oleh banyak faktor dan dasar pengambilan keputusan yang berbeda antar individu (Hasim & Solihin, 2024). Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan investasi telah menjadi fokus utama dalam beberapa tahun terakhir, khususnya pada generasi milenial dan (Asari & Kurnianingsih, 2022) menunjukkan bahwa generasi milenial di Surakarta memiliki minat tinggi untuk berinvestasi karena telah memahami literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan perilaku keuangan yang baik.

Literasi keuangan konsisten menjadi variabel penting dalam keputusan investasi. (Hasim & Solihin, 2024) membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi saham masyarakat Kota Batam, didukung oleh overconfidence dan toleransi risiko yang tinggi. Variabel motivasi investasi menunjukkan hasil yang konsisten dalam berbagai penelitian. (Rahmi *et al.*, 2024) menemukan bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi generasi Z pada reksadana syariah, sedangkan mengonfirmasi bahwa motivasi dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi mahasiswa. (Asari & Kurnianingsih, 2022) lanjut menunjukkan bahwa minat investasi dapat memediasi hubungan antara pengetahuan investasi, motivasi investasi, dan keputusan investasi, menunjukkan peran penting minat sebagai variabel intervening dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Hipotesis Penelitian

H1: Motivasi berpengaruh terhadap minat investasi

Hipotesis ini didasarkan pada premis bahwa dorongan internal individu akan meningkatkan kecenderungan untuk melakukan aktivitas investasi, sejalan dengan teori motivasi yang menyatakan bahwa kekuatan pendorong dalam diri seseorang akan memaksa untuk melakukan tindakan tertentu.

H2: Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi

Pengetahuan dan pemahaman keuangan yang memadai akan meningkatkan minat individu untuk berinvestasi karena kemampuan untuk menganalisis risiko dan return secara komprehensif.

H3: Motivasi dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi

Kombinasi motivasi dan literasi keuangan secara bersamaan akan menghasilkan efek sinergis yang lebih kuat dalam mempengaruhi minat investasi dibandingkan pengaruh individual masing-masing variabel.

H4: Minat investasi berpengaruh terhadap keputusan investasi

Kecenderungan dan ketertarikan individu terhadap aktivitas investasi akan menjadi prekursor yang mengarahkan pada tindakan nyata dalam pengambilan keputusan investasi.

H5: Motivasi berpengaruh secara langsung terhadap keputusan investasi

Dorongan internal yang kuat dapat secara langsung mempengaruhi keputusan investasi tanpa melalui tahap pembentukan minat terlebih dahulu.

H6: Literasi keuangan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan investasi

Kemampuan analitis dan pemahaman keuangan yang tinggi memungkinkan individu untuk mengambil keputusan investasi secara langsung berdasarkan evaluasi rasional terhadap alternatif investasi.

H7: Motivasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan investasi melalui minat investasi

Motivasi akan mempengaruhi keputusan investasi melalui mekanisme mediasi minat investasi, dimana motivasi terlebih dahulu membentuk minat yang kemudian mengarahkan pada keputusan investasi.

H8: Literasi keuangan berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan investasi melalui minat investasi

Literasi keuangan akan mempengaruhi keputusan investasi melalui pembentukan minat investasi sebagai variabel mediator, menciptakan jalur pengaruh tidak langsung dalam model struktural penelitian.

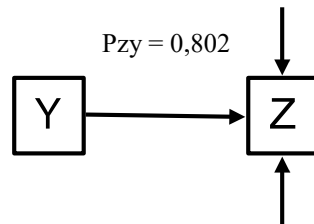
METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan rancangan deskriptif dan verifikatif untuk mengkaji pengaruh motivasi dan literasi keuangan terhadap minat investasi serta dampaknya pada pengambilan keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z di Kota Bandung. Populasi penelitian mencakup 779.809 jiwa generasi muda berusia 20-40 tahun berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2018. Penentuan ukuran sampel menggunakan formula Slovin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$
$$n = \frac{779.809}{1 + 779.809 \times 0.1^2}$$
$$n = \frac{779.809}{1 + 779.809 \times 0.01}$$
$$n = \frac{779.809}{7.799,09}$$
$$n = 99.99 \approx 100 \text{ responden}$$

Tingkat kesalahan (*error*) sebesar 10 persen dan tingkat kepercayaan 90 persen, diperoleh jumlah sampel minimal sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria spesifik: (1) berdomisili di Kota Bandung, (2) berusia 20-40 tahun, (3) memiliki penghasilan minimal Rp2.500.000, per bulan, (4) telah mengenal instrumen investasi, dan (5) bersedia berpartisipasi dalam penelitian secara sukarela. Struktur variabel penelitian terdiri dari motivasi (X_1) dan literasi keuangan (X_2) sebagai variabel bebas, minat investasi (Y) sebagai variabel

perantara, dan keputusan investasi (Z) sebagai variabel terikat. Model diagram jalur menunjukkan hubungan kausal: $X_1 \rightarrow Y \rightarrow Z$, $X_2 \rightarrow Y \rightarrow Z$, $X_1 \rightarrow Z$, dan $X_2 \rightarrow Z$. Untuk memperjelas alur hubungan antar variabel, penelitian ini menggunakan analisis jalur dua struktur yang menggambarkan jalur langsung dan tidak langsung antar variabel.



Gambar 1. Diagram path struktur-2

Diagram jalur struktur-2 pada Gambar 1 menunjukkan koefisien jalur ($P_{zy} = 0,802$) yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung minat investasi terhadap keputusan investasi. Model ini merupakan bagian dari analisis jalur komprehensif yang memfasilitasi pemahaman mendalam mengenai mekanisme pengaruh variabel perantara dalam hubungan kausal penelitian. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin yang disebarkan melalui platform digital, kemudian dilakukan transformasi data ordinal menjadi interval menggunakan Metode *Successive Interval*. Validitas instrumen diuji menggunakan korelasi Pearson dengan kriteria $r \geq 0,30$, sedangkan reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan nilai minimal 0,60. Tahapan analisis data meliputi uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, analisis deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik variabel, dan analisis jalur untuk menguji hubungan kausal menggunakan aplikasi SPSS. Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial (uji-t) dan simultan (uji-F) dengan taraf signifikansi 5 persen. Analisis koefisien determinasi (R^2) mengukur kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, sementara korelasi Pearson menentukan kekuatan hubungan antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden dari generasi milenial dan generasi Z di Kota Bandung dengan rentang kelahiran 1980-2002. Distribusi responden menunjukkan dominasi perempuan sebesar 67 persen dibandingkan laki-laki 33 persen, dengan kelompok usia terbesar pada rentang 20-24 tahun (42 persen). Tingkat pendidikan didominasi lulusan S1 (51 persen), sedangkan mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta (56 persen) dengan pengeluaran bulanan Rp1.000.000-Rp3.000.000 (53 persen).

Tabel 1. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	33	33 %
Perempuan	67	67 %
Jumlah	100	100 %

Distribusi responden menunjukkan dominasi perempuan (67 persen) dibandingkan laki-laki (33 persen).

Tabel 2. Distribusi responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
20 – 24	42	42 %
25 – 29	22	22 %
30 – 34	17	17 %
35 – 40	19	19 %
Jumlah	100	100 %

Kelompok usia 20-24 tahun mendominasi dengan 42 persen responden, diikuti kelompok 25-29 tahun (22 persen).

Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SLTA	23	23 %
D3	20	20 %
S1	51	51 %
S2/S3	6	6 %
Jumlah	100	100 %

Mayoritas responden berpendidikan S1 (51 persen), menunjukkan tingkat pendidikan yang memadai untuk memahami instrumen investasi.

Tabel 4. Distribusi responden berdasarkan pengeluaran per bulan

Pengeluaran per bulan	Jumlah	Persentase
Rp.1.000.000 _ Rp.3.000.000	53	53 %
Rp.3.000.000 _ Rp.5.000.000	34	34 %
>Rp. 5.000.000	13	13 %
Jumlah	100	100 %

Sebagian besar responden memiliki pengeluaran Rp1.000.000,- -Rp3.000.000,- (53 persen), mengindikasikan kapasitas finansial untuk berinvestasi.

Uji Kualitas Instrumen

Tabel 5. Ringkasan hasil uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang r-hitung	Cronbach's Alpha	Status
Motivasi (X1)	10	0,210 - 0,763	0,756	Valid & Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	17	0,536 - 0,767	0,907	Valid & Reliabel
Minat Investasi (Y)	10	0,622 - 0,802	0,892	Valid & Reliabel
Keputusan Investasi (Z)	10	0,626 - 0,806	0,905	Valid & Reliabel

Seluruh instrumen penelitian memenuhi standar psikometris dengan nilai korelasi di atas r-tabel (0,1966) dan Cronbach's Alpha di atas 0,700.

Tabel 6. Uji validitas variabel X2(Literasi keuangan)

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1 <i>Pearson Correlation</i>	,643**	0,1966	Valid
X2.2 <i>Pearson Correlation</i>	,632**	0,1966	Valid
X2.3 <i>Pearson Correlation</i>	,728**	0,1966	Valid
X2.4 <i>Pearson Correlation</i>	,700**	0,1966	Valid
X2.5 <i>Pearson Correlation</i>	,536**	0,1966	Valid
X2.6 <i>Pearson Correlation</i>	,569**	0,1966	Valid
X2.7 <i>Pearson Correlation</i>	,631**	0,1966	Valid
X2.8 <i>Pearson Correlation</i>	,566**	0,1966	Valid

	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.9	<i>Pearson Correlation</i>	,587**	0,1966	Valid
X2.10	<i>Pearson Correlation</i>	,647**	0,1966	Valid
X2.11	<i>Pearson Correlation</i>	,650**	0,1966	Valid
X2.12	<i>Pearson Correlation</i>	,639**	0,1966	Valid
X2.13	<i>Pearson Correlation</i>	,658**	0,1966	Valid
X2.14	<i>Pearson Correlation</i>	,638**	0,1966	Valid
X2.15	<i>Pearson Correlation</i>	,767**	0,1966	Valid
X2.16	<i>Pearson Correlation</i>	,677**	0,1966	Valid
X2.17	<i>Pearson Correlation</i>	,643**	0,1966	Valid

Variabel literasi keuangan menunjukkan nilai rata-rata tertinggi (3,31), sedangkan motivasi memiliki variabilitas respons tertinggi (SD=1,09).

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 7. Hasil analisis jalur substruktur I: pengaruh motivasi dan literasi keuangan terhadap minat investasi

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung (%)	Pengaruh Tidak Langsung (%)	Total Pengaruh (%)
Motivasi (X1)	0,305	9,30	8,60	17,90
Literasi Keuangan (X2)	0,610	37,21	8,60	45,81
R ² Total				63,70

Literasi keuangan memberikan kontribusi dominan (45,81 persen) terhadap pembentukan minat investasi, sementara motivasi berkontribusi 17,90 persen. Secara simultan, kedua variabel menjelaskan 63,70 persen varians minat investasi.

Tabel 8. Hasil analisis jalur substruktur II: pengaruh terhadap keputusan investasi

Jalur Pengaruh	Koefisien	Pengaruh Langsung (%)	Pengaruh Tidak Langsung (%)	Total Pengaruh (%)
Minat Investasi → Keputusan Investasi	0,802	64,20	-	64,20
Motivasi → Keputusan Investasi	-	12,45	8,60	21,05
Literasi Keuangan → Keputusan Investasi	-	28,75	36,81	65,56

Minat investasi memiliki pengaruh langsung terkuat terhadap keputusan investasi (64,20 persen). Literasi keuangan menunjukkan pengaruh total tertinggi (65,56 persen) melalui jalur langsung dan mediasi minat investasi.

Tabel 9. Ringkasan hasil pengujian hipotesis

Hipotesis	Jalur	Koefisien	Status
H1	Motivasi → Minat Investasi	0,305	Diterima
H2	Literasi Keuangan → Minat Investasi	0,610	Diterima
H3	Motivasi + Literasi Keuangan → Minat Investasi	R ² =0,637	Diterima
H4	Minat Investasi → Keputusan Investasi	0,802	Diterima
H5	Motivasi → Keputusan Investasi	Signifikan	Diterima
H6	Literasi Keuangan → Keputusan Investasi	Signifikan	Diterima
H7	Motivasi → Minat → Keputusan (Mediasi)	8,60%	Diterima
H8	Literasi → Minat → Keputusan (Mediasi)	36,81%	Diterima

Seluruh hipotesis penelitian (**H1-H8**) diterima dengan tingkat signifikansi yang memadai. Model penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan determinan utama dalam pembentukan keputusan investasi generasi milenial dan Z, baik melalui pengaruh langsung maupun mediasi minat investasi. Hasil analisis mengkonfirmasi dominasi literasi keuangan sebagai faktor determinan dengan kontribusi total mencapai 65,56 persen terhadap keputusan investasi. Temuan ini mengindikasikan transformasi paradigma investasi generasi digital dari pendekatan intuitif menuju analytical decision-making yang berbasis pengetahuan finansial komprehensif.

Pembahasan

Temuan empiris penelitian ini mengkonfirmasi kesesuaian dengan kerangka teoretis *behavioral finance* dan teori hierarki kebutuhan Maslow dalam menjelaskan dinamika perilaku investasi generasi milenial dan generasi Z. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel motivasi berada pada kategori cukup menuju baik, yang sejalan dengan proposisi Maslow bahwa individu termotivasi untuk memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi setelah kebutuhan dasar terpenuhi (Ismail *et al.*, 2023). Dalam konteks investasi generasi digital, motivasi aktualisasi diri dan pengakuan sosial melalui media digital menjadi pendorong utama, namun masih memerlukan penguatan yang signifikan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa generasi muda masih mengalami hambatan dalam mengaktualisasikan dorongan internal untuk mempelajari investasi berdasarkan pengalaman dan keberhasilan investor lain, minimnya pengaruh dari lingkungan sosial terutama teman sebaya, serta keterbatasan dalam mengikuti perkembangan informasi investasi melalui platform teknologi finansial. Temuan ini memperkuat hasil penelitian (Pramudita & Anjani, 2024) yang mengonfirmasi bahwa motivasi memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal, khususnya selama periode pandemi COVID-19.

Perspektif literasi keuangan menunjukkan pola yang konsisten dengan temuan motivasi, yaitu berada pada kategori cukup menuju baik. Analisis mendalam mengungkapkan bahwa generasi milenial dan generasi Z masih menghadapi tantangan dalam penguasaan pengetahuan keuangan personal, terutama dalam aspek pembukuan dan pencatatan keuangan pribadi. Kondisi ini sejalan dengan definisi literasi keuangan menurut *Organisation for Economic Co-Operation and Development* 2017 sebagai pengetahuan mengenai risiko dan perencanaan keuangan serta keyakinan untuk mengimplementasikan pemahaman tersebut dalam pengambilan keputusan anggaran dan partisipasi ekonomi. Fenomena yang ditemukan dalam penelitian ini diperparah dengan kecenderungan sebagian generasi muda untuk menampilkan gaya hidup yang konsumtif di media sosial, yang kontradiktif dengan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang bijaksana. Temuan ini mendukung hasil penelitian (Saputri *et al.*, 2024) yang menunjukkan bahwa pemahaman literasi keuangan menjadi determinan penting dalam membentuk minat investasi generasi milenial di Surakarta, dan sejalan dengan temuan (Shaomi & Yuniarti, 2024) mengenai dimensi *Basic Financial Literacy* dan *Advance Financial Literacy* yang masih memerlukan penguatan pada generasi digital.

Karakteristik minat investasi yang berada pada posisi cukup menuju baik mencerminkan kompleksitas perilaku keuangan generasi digital dalam konteks *behavioral finance*. Kondisi ini mengindikasikan bahwa generasi milenial dan generasi Z di Kota Bandung masih memiliki tingkat keingintahuan yang relatif rendah terhadap produk-produk investasi dan potensi keuntungan yang dapat diperoleh. Kurangnya minat eksploratif terhadap mekanisme investasi dan ekspektasi *return* yang dapat dihasilkan menjadi manifestasi dari bias perilaku yang diidentifikasi oleh Tilson, termasuk

kepercayaan berlebihan (*overconfident*), proyeksi masa lalu ke masa depan, perilaku mengikuti massa (*herding*), dan *anchoring* pada data tidak relevan (Saputri *et al.*, 2024). Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ismail *et al.*, 2023) yang mengonfirmasi bahwa minat investasi memiliki peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara pengetahuan investasi, motivasi investasi, dan modal minimal investasi terhadap keputusan investasi.

Analisis keputusan investasi menunjukkan pola yang selaras dengan variabel-variabel lainnya, yaitu berada pada kategori cukup menuju baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa generasi milenial dan generasi Z masih menghadapi kendala dalam melakukan pertimbangan risiko secara komprehensif dalam proses pengambilan keputusan investasi. Kondisi ini sejalan dengan paradigma *behavioral finance* yang menjelaskan bahwa strategi investasi dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis (Falah *et al.*, 2024). Keterbatasan pemahaman tentang aspek temporal investasi, khususnya dalam menghitung jangka waktu dan proyeksi keuntungan, menjadi manifestasi dari anomali-anomali keuangan yang tidak dapat diprediksi oleh teori ekonomi konvensional. Temuan ini mengonfirmasi hasil penelitian (Asari & Kurnianingsih, 2022) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif pengetahuan investasi dan motivasi terhadap keputusan investasi yang dimediasi oleh minat investasi.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi dengan koefisien jalur sebesar 0,305. Temuan ini mengonfirmasi proposisi teori motivasi Maslow yang menyatakan bahwa seluruh pribadi termotivasi, motivasi bersifat kompleks dan sering tidak sadar, individu terus menerus dimotivasi oleh kebutuhan, dan kebutuhan dasar yang sama berlaku untuk semua orang (Maini *et al.*, 2024). Kontribusi total pengaruh langsung dan tidak langsung motivasi terhadap minat investasi mencapai 17,9 persen, yang mengindikasikan bahwa meskipun motivasi memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik, namun besaran pengaruhnya masih memerlukan optimalisasi lebih lanjut. Hal ini sejalan dengan definisi motivasi investasi sebagai desakan eksternal yang mendorong individu melakukan aktivitas investasi (Pramudita & Anjani, 2024), atau kondisi individu yang memusatkan keinginan untuk mencapai tujuan keuangan tertentu di masa datang. Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang mengonfirmasi bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal.

Pengujian hipotesis kedua menghasilkan temuan bahwa literasi keuangan menunjukkan pengaruh yang lebih substansial terhadap minat investasi dengan koefisien jalur sebesar 0,610. Kontribusi total pengaruh langsung dan tidak langsung literasi keuangan terhadap minat investasi mencapai 45,81 persen, yang signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan motivasi. Temuan ini mengonfirmasi konsep literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola keuangan guna membuat keputusan finansial yang tepat (Falah *et al.*, 2024). Dominasi literasi keuangan dalam membentuk minat investasi sejalan dengan dimensi literasi keuangan yang terdiri dari *Basic Financial Literacy* dan *Advance Financial Literacy* (Ernitawati & Fitralisma, 2021), dimana pemahaman yang komprehensif terhadap produk keuangan formal dan instrumen investasi menjadi determinan utama dalam pembentukan minat. Temuan ini mengonfirmasi hasil penelitian (Falah *et al.*, 2024) yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap minat investasi pasar modal.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa motivasi dan literasi keuangan secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi dengan kontribusi mencapai 63,7 persen. Temuan ini mengkonfirmasi efek

sinergis yang dihasilkan dari kombinasi kedua variabel, sejalan dengan teori *behavioral finance* yang menjelaskan bahwa keputusan keuangan dipengaruhi oleh integrasi faktor psikologis dan kognitif (Pramudita & Anjani, 2024). Kontribusi yang substansial ini mengindikasikan bahwa pendekatan holistik dalam meningkatkan minat investasi melalui perbaikan simultan pada aspek motivasi dan literasi keuangan menjadi strategi yang efektif. Temuan ini mendukung hasil penelitian (Saputri *et al.*, 2024) yang menunjukkan bahwa motivasi dan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal.

Pengujian hipotesis keempat menghasilkan temuan bahwa minat investasi menunjukkan pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan investasi dengan koefisien jalur sebesar 0,802. Kontribusi minat investasi terhadap keputusan investasi mencapai 64,20 persen, yang mengkonfirmasi peran krusial minat sebagai variabel mediasi dalam model struktural. Temuan ini sejalan dengan konsep minat investasi sebagai kecenderungan hati terhadap keinginan yang timbul dari dalam diri sendiri atau bentuk keinginan seseorang untuk melakukan aktivitas yang ingin diraih dari masing-masing individu (Ismail *et al.*, 2023). Hasil ini mengonfirmasi penelitian (Pramudita & Anjani, 2024) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara minat investasi dalam memediasi variabel pengetahuan investasi, motivasi investasi, dan modal minimal investasi terhadap keputusan investasi. Analisis pengaruh langsung menunjukkan bahwa motivasi dan literasi keuangan memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Motivasi berkontribusi sebesar 2,52 persen, sementara literasi keuangan memberikan kontribusi sebesar 5,80 persen. Meskipun pengaruh langsung ini signifikan secara statistik, besaran pengaruhnya relatif kecil dibandingkan dengan pengaruh melalui mediasi minat investasi. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian (Hasim & Solihin, 2024) yang menunjukkan bahwa motivasi investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, dan sejalan dengan penelitian (Sridayani *et al.*, 2023) yang mengonfirmasi bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengujian pengaruh tidak langsung mengungkapkan dinamika yang kompleks dalam hubungan kausal antar variabel. Motivasi menunjukkan pengaruh tidak langsung terhadap keputusan investasi melalui minat investasi dengan kontribusi total sebesar 26,98 persen, sementara literasi keuangan menunjukkan pengaruh tidak langsung sebesar 54,72 persen. Dominasi pengaruh tidak langsung ini mengindikasikan bahwa minat investasi memiliki peran mediasi yang krusial dalam menghubungkan faktor-faktor anteseden dengan keputusan investasi akhir, sejalan dengan konsep keputusan investasi sebagai proses berkelanjutan (*ongoing process*) yang melibatkan kebijakan berdasarkan alternatif alokasi modal dengan harapan memperoleh nilai di masa datang (Saputri *et al.*, 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi faktor-faktor determinan yang mempengaruhi perilaku investasi generasi milenial dan Z di Kota Bandung melalui pendekatan *behavioral finance* dan teori hierarki kebutuhan Maslow. Literasi keuangan terbukti menjadi variabel dominan dalam membentuk minat investasi generasi digital, mengindikasikan transformasi paradigma investasi dari pendekatan intuitif menuju analytical decision-making yang berbasis pengetahuan finansial komprehensif. Motivasi investasi menunjukkan pengaruh positif signifikan namun dengan kontribusi lebih rendah, mencerminkan perlunya optimalisasi strategi motivasional yang tepat sasaran.

Minat investasi berperan krusial sebagai variabel mediator yang menghubungkan faktor anteseden dengan keputusan investasi akhir. Temuan empiris mengkonfirmasi urgensi penguatan edukasi keuangan sebagai strategi prioritas dalam mengoptimalkan partisipasi generasi muda di pasar modal Indonesia. Keterbatasan penelitian meliputi lingkup geografis yang terbatas pada Kota Bandung dan ukuran sampel minimal, sehingga generalisasi hasil memerlukan kehati-hatian. Saran penelitian mencakup perluasan cakupan geografis, peningkatan ukuran sampel, serta pengembangan program literasi keuangan komprehensif yang mengintegrasikan platform digital dan strategi motivasi *behavioral* untuk mengoptimalkan keterlibatan generasi milenial dan Z dalam ekosistem investasi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Albab, A. U., & Zuhri, S. (2019). Pengaruh manfaat, pengetahuan, dan edukasi terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah. *Li Falah : Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 129. DOI: <https://doi.org/10.31332/lifalah.v4i1.1367>.
- Ernitawati, Y., & Fitralisma, G. (2021). Analisis Pengaruh Gender, Motivasi, Dan Literasi Keuangan Pada Sandwich Generation Terhadap Intensi Berinvestasi. *Jurnal Proaksi*, 8(2), 611–620. DOI: <https://doi.org/10.32534/jpk.v8i2.2359>.
- Falah, M. F., Rahmawati, L., & Hakim, A. (2024). Perilaku Ekonomi Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari Mojokerto Pada Belanja Online Perspektif Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ekonomi ...*, 09(01), 42–58. DOI: <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i01.1295>.
- Hasim, A., & Solihin, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Laukita Bersama Indonesia. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 4(1), 232–246. DOI: <https://doi.org/10.32493/jism.v4i1.38277>.
- Himmah, A., Intikhanah, S., & Hidayah, R. (2020). Peran Minat Investasi Dalam Memediasi Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Dan Modal Minimal Investasi Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Investor Pada BEI Berdomisili Kota Pekalongan). *Neraca*, 16(2), 111–128. DOI: <https://doi.org/10.48144/neraca.v16i2.502>.
- Intan Adilah Nasution, & Hadita Hadita. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Di Bekasi Timur. *Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 131–138. DOI: <https://doi.org/10.30640/jmcmbus.v2i1.2088>.
- Intansia Asari, & Heny Kurnianingsih. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Generasi Milenial Di Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 66–74. DOI: <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2327>.
- Ismail, M., Wisudaningsih, E. T., & Ghafur, A. (2023). Pengaruh Modal, Pengetahuan, Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (*Study kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Kampus UNZAH*). 59–70. DOI: <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/jemper>.
- Maini, Y. F., Maryam, S., & Norhayati, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Toko Zahra Grosir. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1), 217–228. DOI: <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3635>.
- Pramudita, I. D., & Anjani, D. N. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

- Minat Berinvestasi di Pasar Modal bagi Generasi Milenial. *BISMA : Business and Management Journal*, 2(2), 26–38. DOI: <https://doi.org/10.59966/bisma.v2i2.734>.
- Rahmi, R. A., Supriyanto, T., & Nugrahaeni, S. (2024). Analisis Faktor Pengaruh Minat Berinvestasi Generasi Z Pada Reksadana Syariah. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 1. DOI: <https://doi.org/10.29300/aij.v8i1.2907>.
- Romandhon, R., Widakdo, I., & Susanti, S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Mahasiswa Pada Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 2(3), 65–75. DOI: <https://doi.org/10.32699/jamasy.v2i3.2925>.
- Saputri, A. S., Lestari, N., & Achyar, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi Investasi Dan Modal Minimal Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa Di Kebumen. 4, 26–42. [https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/1291/%0Ahttps://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/1291/3/3.BAB II.pdf](https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/1291/%0Ahttps://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/1291/3/3.BAB%20II.pdf).
- Semiun, Y. (2021). *Teori-Teori Kepribadian Humanitis*. Edisi Elektronik ed. Depok: PT Kanisius.
- Shaomi, D. N., & Yuniarti, R. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Perilaku Keuangan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Berinvestasi. *Jurnal Economic Edu*, 4(2), 190–197.
- Sridayani, A. I., Kumalasari, F., & Bay, A. Z. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Uang Saku terhadap Minat Berinvestasi pada Reksadana. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 143–151. DOI: <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.821>.
- Suleman, D., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2019). *Manajemen Keuangan*. 1 ed. Jakarta: Graha Ilmu.
- Suriani, S. (2022). Financial Behavior. Cetakan I ed. In *Medan: Yayasan Kita Menulis*.
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252–264. DOI: <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>.