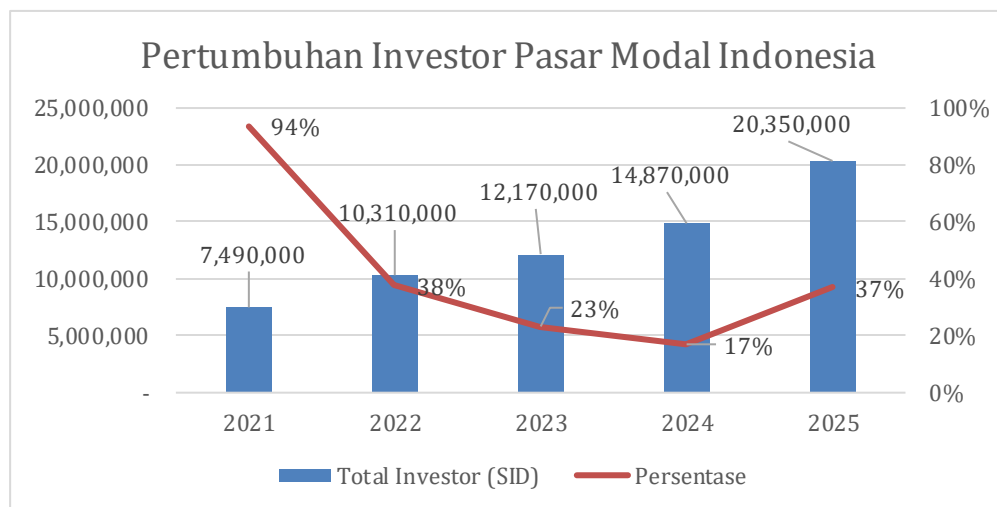


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan sektor keuangan Indonesia di dunia investasi menunjukkan dinamika yang sangat signifikan, khususnya dari sisi demografi investor. Data yang dirilis oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia mencatat bahwa jumlah investor pasar modal Indonesia telah mencapai sekitar 20,3 juta *Single Investor Identification* (SID) pada akhir tahun 2025, meningkat sekitar 37% dibandingkan tahun sebelumnya. Lebih dari 52% investor berasal dari kelompok usia di bawah 30 tahun, yang secara demografis termasuk dalam kategori gen z (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki peran yang semakin dominan dalam pertumbuhan pasar modal nasional.



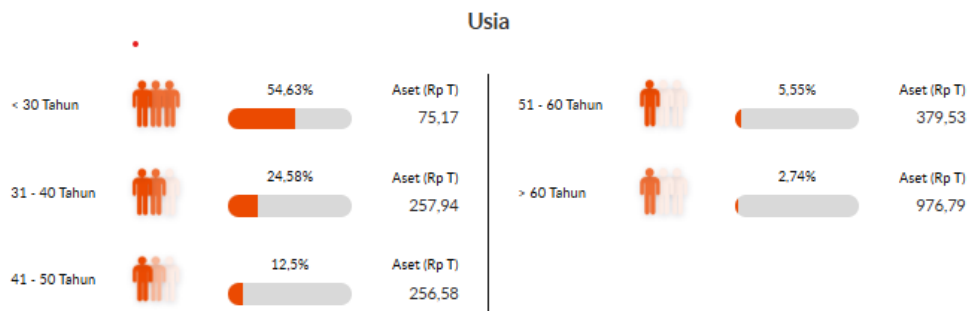
Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Gambar 1. 1 Pertumbuhan investor pasar modal Indonesia

Berdasarkan Grafik 1.1, jumlah investor pasar modal Indonesia menunjukkan peningkatan yang konsisten selama periode 2021–2025. Jumlah investor yang semula sekitar 7,49 juta SID pada tahun 2021 meningkat menjadi lebih dari 20 juta SID pada tahun 2025. Pertumbuhan tersebut menunjukkan semakin tingginya

partisipasi masyarakat dalam aktivitas investasi di pasar modal serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan keuangan melalui instrumen investasi.

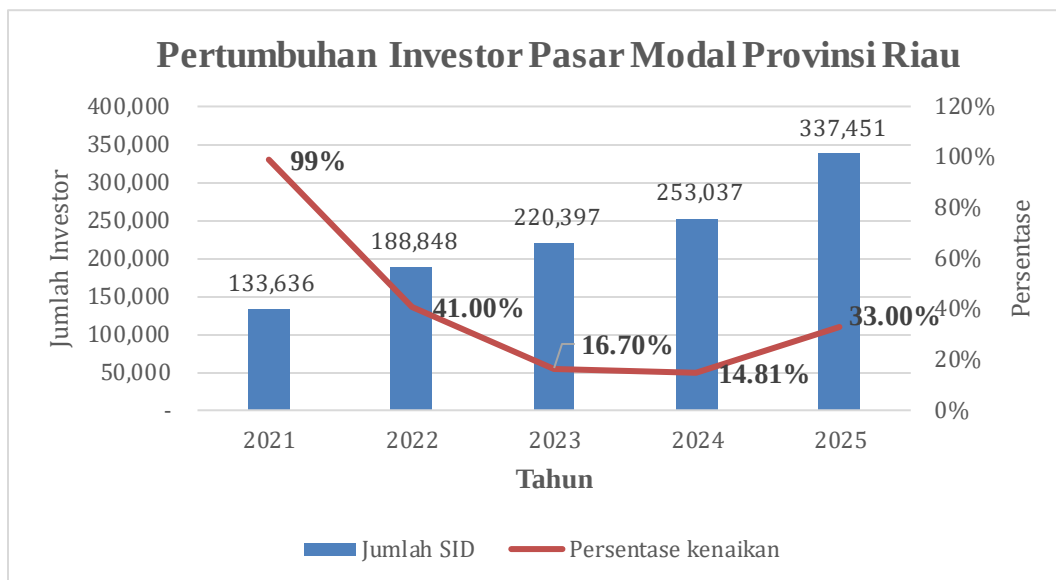
Sejalan dengan hal tersebut, meningkatnya partisipasi gen z sebagai investor aktif mencerminkan adanya perubahan perilaku keuangan yang cukup signifikan.



Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia
Gambar 1. 2 Investor pasar modal berdasarkan usia

Berdasarkan data KSEI, investor pasar modal Indonesia didominasi oleh kelompok usia muda. Investor berusia 30 tahun ke bawah mencapai 54,63% dari total Single Investor Identification (SID). Kondisi ini menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya gen z, memiliki partisipasi yang sangat besar dalam aktivitas investasi pasar modal Indonesia. Dominasi tersebut mengindikasikan adanya perubahan perilaku keuangan generasi muda yang mulai menjadikan investasi sebagai bagian dari perencanaan keuangan masa depan

Fenomena peningkatan jumlah investor pasar modal tidak hanya terjadi secara nasional, tetapi juga terlihat di Provinsi Riau. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal di Provinsi Riau menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut menunjukkan semakin tingginya minat masyarakat Riau terhadap instrumen investasi pasar modal. Pertumbuhan jumlah investor ini juga mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat dalam melakukan perencanaan keuangan jangka panjang melalui kegiatan investasi.



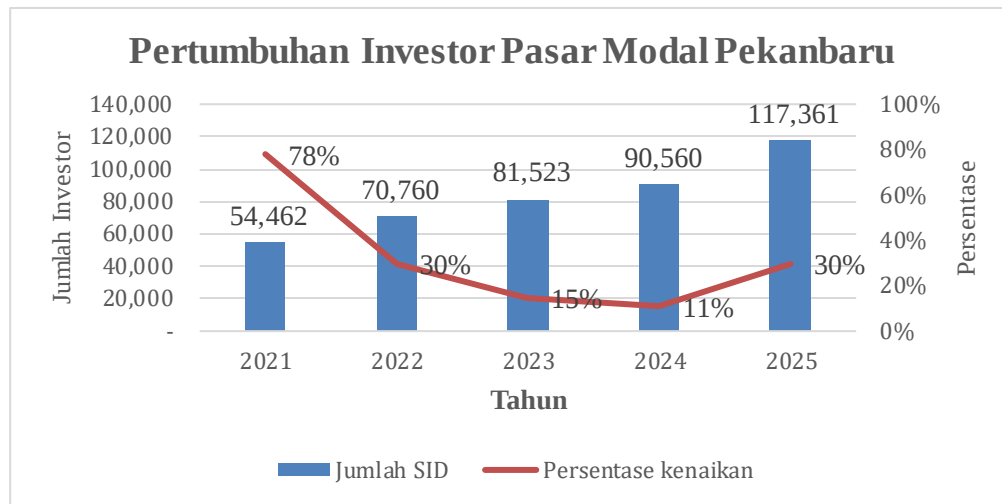
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Gambar 1. 3 Pertumbuhan investor pasar modal Provinsi Riau

Berdasarkan Gambar 1.3, jumlah investor pasar modal di Provinsi Riau mengalami peningkatan yang konsisten selama periode 2021–2025. Jumlah investor bertambah dari 133.636 SID pada tahun 2021 menjadi sekitar 337.451 SID pada tahun 2025. Meskipun persentase pertumbuhan investor cenderung menurun setelah lonjakan sebesar 99,07% pada tahun 2021, jumlah investor tetap menunjukkan tren yang positif setiap tahunnya dan kembali meningkat pada tahun 2025. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat masyarakat Provinsi Riau terhadap investasi pasar modal terus berkembang, yang mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya investasi sebagai bagian dari pengelolaan keuangan dan perencanaan masa depan.

Sebagai ibu kota Provinsi Riau, pendidikan, dan perekonomian Kota Pekanbaru menjadi salah satu daerah yang memiliki kontribusi besar terhadap perkembangan investor pasar modal di wilayah tersebut. Data dari OJK per Desember 2025 menunjukkan bahwa jumlah investor pasar modal di Pekanbaru mencapai 117.361 investor dari total 380.00 investor di Provinsi Riau atau setara dengan 31% dari keseluruhan investor di Riau. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas pasar modal di Pekanbaru berkembang lebih pesat dibandingkan daerah lainnya di Provinsi Riau. Tingginya aktivitas ekonomi, perkembangan sektor

pendidikan, serta semakin luasnya akses informasi keuangan menjadikan Pekanbaru sebagai salah satu pusat pertumbuhan investor di Provinsi Riau. Peningkatan jumlah investor di Kota Pekanbaru menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya generasi muda, mulai menjadikan investasi sebagai bagian dari pengelolaan keuangan dan perencanaan masa depan.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Gambar 1. 4 Pertumbuhan investor pasar modal Pekanbaru

Selain mengalami peningkatan jumlah investor, pasar modal di Provinsi Riau juga didominasi oleh investor dari kelompok generasi z. Berdasarkan pernyataan Kepala Perwakilan Bursa Efek Indonesia (BEI) Riau, Emon Sulaiman, sebanyak 54,23% investor pasar modal di Riau berasal dari Generasi Z. Dengan jumlah investor yang mencapai sekitar 380.000 SID pada tahun 2025, diperkirakan lebih dari 206 ribu investor merupakan Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki peran yang sangat besar dalam mendorong pertumbuhan investor pasar modal di Provinsi Riau (Azura, 2025)

Berdasarkan tingginya jumlah investor di Kota Pekanbaru serta dominasi generasi z dalam pasar modal, penelitian ini memfokuskan objek penelitian pada mahasiswa program studi akuntansi di Kota Pekanbaru yang termasuk dalam kelompok generasi g. Mahasiswa akuntansi dipilih karena pada karakteristik akademik yang memiliki keterkaitan erat dengan topik investasi dan pengelolaan keuangan. Selama proses perkuliahan, mahasiswa akuntansi memperoleh pembelajaran yang berkaitan dengan akuntansi keuangan, manajemen keuangan,

analisis laporan keuangan, serta berbagai konsep yang mendukung pengambilan keputusan investasi. Selain itu, mahasiswa akuntansi juga memiliki kesempatan untuk mengikuti kegiatan edukasi pasar modal, seperti Sekolah Pasar Modal yang diselenggarakan melalui kerja sama antara perguruan tinggi, Galeri Investasi, dan Bursa Efek Indonesia. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai instrumen investasi, mekanisme perdagangan efek, risiko investasi, dan strategi pengambilan keputusan investasi.

Selain ini pemilihan mahasiswa Akuntansi juga didasarkan pada kesesuaian karakteristik responden dengan variabel yang diteliti. Variabel *financial influencer*, literasi keuangan, dan pengalaman keuangan memiliki keterkaitan dengan pengetahuan serta pengalaman yang diperoleh mahasiswa akuntansi selama proses pembelajaran. Selain itu, penggunaan objek penelitian yang lebih spesifik memungkinkan diperolehnya responden dengan karakteristik yang relatif homogen sehingga hubungan antara variabel independen dan keputusan investasi dapat dianalisis secara lebih terfokus. Oleh karena itu, mahasiswa akuntansi dinilai relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi generasi z di Kota Pekanbaru.

Namun demikian, peningkatan partisipasi gen z dalam dunia investasi belum menjamin bahwa keputusan investasi yang diambil berdasarkan analisis yang matang atau pemahaman yang cukup terhadap risiko dan mekanisme investasi. Keputusan investasi merupakan proses pemilihan alternatif penanaman dana pada instrumen tertentu dengan mempertimbangkan tingkat keuntungan, risiko, dan tujuan keuangan yang ingin dicapai. Dalam konteks ini, kualitas pengambilan keputusan menjadi aspek yang krusial, mengingat aktivitas investasi selalu berkaitan dengan risiko dan ketidakpastian. Data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 66,46%, masih berada di bawah tingkat inklusi keuangan sebesar 80,51% (Otoritas Jasa Keuangan, 2025).

Tabel 1. 1 Tingkat literasi dan inklusi keuangan

Tahun	Literasi Keuangan (%)	Inklusi Keuangan (%)
2021	49,68 %	49,68 %
2022	49,68 %	49,68 %
2023	65,43 %	75,02 %
2024	65,43 %	75,02 %
2025	66,46 %	80,51 %

Berdasarkan tabel 1.1, tingkat inklusi keuangan masyarakat Indonesia telah mencapai 80,51%, sedangkan tingkat literasi keuangan baru mencapai 66,46%. Perbedaan sebesar 14,05% menunjukkan bahwa sebagian masyarakat telah menggunakan produk dan layanan keuangan, namun belum sepenuhnya memahami karakteristik, manfaat, maupun risiko dari produk keuangan tersebut. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara akses dan pemahaman keuangan yang berpotensi memengaruhi kualitas pengambilan keputusan investasi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara akses terhadap produk keuangan dan pemahaman mendalam mengenai risiko serta mekanisme instrumen keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Kesenjangan tersebut semakin relevan dengan konteks gen z yang memperoleh informasi investasi tidak hanya melalui pendidikan formal tetapi juga melalui media sosial. Dalam teori perspektif perilaku keuangan (*behavioral finance*), pengambilan keputusan dalam berinvestasi seringkali dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial seperti *herding behavior*, *overconfidence*, maupun bias informasi dapat mempengaruhi cara individu dalam mengambil keputusan investasi. Tingginya intensitas penggunaan media sosial pada gen z berpotensi memperkuat pengaruh faktor eksternal tersebut (Irti et al., 2025). Salah satu bentuk pengaruh eksternal yang berkembang pesat dalam lingkungan digital adalah keberadaan *financial influencer*, yaitu individu atau figur publik yang secara aktif menyampaikan informasi, opini maupun rekomendasi terkait investasi melalui platform digital. Di Indonesia, beberapa *financial influencer* yang dikenal aktif memberikan edukasi investasi melalui media sosial antara lain Felicia Putri Tjiasaka, Raymond Chin, dan Ayyi Renita. Melalui konten yang disajikan secara sederhana dan mudah dipahami, mereka mampu menjangkau generasi muda serta membentuk persepsi masyarakat terhadap berbagai instrumen investasi. *Financial influencer* sering kali menyajikan konten yang menarik dan mudah dipahami, sehingga menarik gen z untuk menjelajahi dunia investasi lebih jauh.

Di satu sisi kehadiran *financial influencer* berperan sebagai agen literasi yang membantu meningkatkan pemahaman keuangan gen z. Namun di sisi lain, tidak semua informasi yang disebarluaskan bersifat edukatif, valid dan disertai

analisis mendalam sehingga dapat memicu perilaku spekulatif, terutama jika diikuti tanpa mempertimbangkan risiko yang akan terjadi (Kumala & Venusita, 2023). Kondisi ini semakin kompleks ketika dikaitkan dengan karakteristik gen z yang cenderung cepat merespon tren dan memiliki sifat *fear of missing out* (FoMo). Dorongan untuk tidak tertinggal dari peluang yang dianggap menguntungkan sering kali mendorong individu untuk mengambil keputusan investasi secara cepat tanpa melalui proses evaluasi yang matang. Dalam kondisi tersebut, keputusan investasi tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan dipengaruhi oleh tekanan sosial dan persepsi bahwa peluang tersebut tidak boleh dilewatkan. Akibatnya, individu dapat mengambil keputusan investasi yang kurang mempertimbangkan aspek fundamental seperti profil risiko, tujuan keuangan, maupun kondisi pasar (Sinaga & Usman, 2024).

Selanjutnya, penelitian mengenai pengaruh *financial influencer* juga menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa *financial influencer* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi gen z. Contoh penelitian yang dilakukan oleh (Pramnesti & Mariana, 2025) menunjukkan bahwa *financial influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi gen z. *Financial influencer* di media sosial berperan sebagai sumber informasi yang mempengaruhi persepsi dan ketertarikan generasi muda untuk mulai berinvestasi. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saputri et al., 2024a) bahwa *financial influencer* tidak mempengaruhi keputusan investasi dimana investor cenderung berhati-hati, melakukan riset dan mempertimbangkan masukan dari berbagai sumber sebelum mengambil keputusan investasi.

Di sisi lain, literasi keuangan faktor internal yang berperan penting dalam menentukan kualitas keputusan investasi. Dalam dunia investasi, tingkat literasi keuangan yang memadai juga memungkinkan individu untuk lebih selektif dalam menerima dan mengolah informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, termasuk media sosial (Bidari & Sinarwati, 2023). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu memahami risiko, melakukan analisis, serta menyusun strategi investasi yang rasional (Setiawan et al., 2025). Selain itu Prameski & Ristianawati, (2025) mengatakan bahwa individu yang

memiliki pemahaman keuangan yang baik tidak hanya mengandalkan rekomendasi atau opini pihak lain, tetapi juga melakukan analisis terhadap kredibilitas informasi serta potensi risiko yang menyertainya. Hal ini penting mengingat arus informasi mengenai investasi saat ini sangat cepat dan beragam, sehingga memerlukan kemampuan analisis agar keputusan yang diambil tidak bersifat impulsif. Dengan demikian, literasi keuangan dapat berfungsi sebagai mekanisme pengendali terhadap pengaruh eksternal yang berasal dari lingkungan digital. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi variabel penting dalam penelitian ini.

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang belum konsisten. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan gen z dalam berinvestasi. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Utami & Sitanggang, (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi gen z di Jakarta karena keterhubungan mereka dengan teknologi yang memungkinkan mereka mencari informasi dari berbagai sumber dan mengevaluasi keuntungan serta risiko dalam berinvestasi.

Namun penelitian lainnya menunjukkan bahwa literasi hanya berpengaruh terhadap intensi investasi dan tidak selalu berpengaruh pada keputusan aktual yang rasional. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Arnati, (2021) mengatakan meskipun minat investasi generasi muda cukup tinggi, tingkat literasi investasinya masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan investasi dapat muncul meskipun indikator literasi belum memadai, sehingga menimbulkan ketidaksesuaian antara teori literasi keuangan dan perilaku investasi aktual.

Selain *financial influencer* dan literasi keuangan, pengalaman keuangan juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan investasi individu. Dalam perspektif *experiential learning theory* pengalaman merupakan sumber pembelajaran yang membentuk cara individu memahami risiko dan mengelola keuangan. Pengalaman keuangan dapat berupa pengalaman menabung, mengatur pengeluaran dan menggunakan produk keuangan. Individu yang memiliki pengalaman keuangan cenderung lebih selektif dalam mengambil suatu keputusan dalam menggunakan uang (Gultom & Tobing, 2024)

Dalam konteks gen z pengalaman keuangan menjadi relevan karena sebagian besar gen z aktif dalam dunia investasi dengan tingkat pengalaman yang terbatas. Kondisi ini berdampak akan menimbulkan resiko yang besar di masa yang akan datang. Dalam penelitian Siregar & Sadalia, (2025) menunjukkan bahwa pengalaman keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Namun, demikian penelitian mengenai pengalaman keuangan terhadap keputusan investasi gen z masih relatif terbatas dibandingkan dengan penelitian *financial influencer* dan literasi keuangan. Sebagian besar penelitian hanya berfokus pada aspek keuangan dan pengaruh sosial digital, sehingga penelitian mengenai bagaimana pengalaman keuangan membentuk keputusan investasi gen z masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Oleh karena itu, pengalaman keuangan dipandang sebagai variabel yang relevan untuk diteliti dalam menjelaskan keputusan investasi gen z

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat beberapa research gap yang perlu dikaji lebih lanjut. Pertama, masih terdapat perbedaan temuan mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi pada gen z. Kedua, pengaruh *financial influencer* sebagai faktor eksternal juga belum menunjukkan hasil yang konsisten dalam mempengaruhi keputusan investasi generasi muda. Ketiga, penelitian mengenai pengalaman keuangan terhadap keputusan investasi masih relatif terbatas, khususnya pada konteks gen z sebagai investor muda di era digital. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada literasi keuangan dan pengaruh media sosial, sedangkan pengalaman keuangan sebagai faktor pembelajaran empiris individu masih belum banyak dikaji secara mendalam. Padahal, pengalaman keuangan diduga dapat mempengaruhi kemampuan individu dalam memahami risiko dan menentukan keputusan investasi secara lebih rasional. Keempat, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada minat atau niat berinvestasi, bukan pada keputusan investasi aktual yang telah direalisasikan oleh investor aktif. Padahal, keputusan aktual lebih mencerminkan perilaku nyata dibandingkan sekadar intensi. Dari berbagai instrumen pasar modal yang tersedia, penelitian ini secara khusus memfokuskan objek kajian pada instrumen saham, mengingat saham merupakan instrumen

investasi yang paling populer dan paling banyak diperbincangkan oleh *financial influencer* di media sosial, sehingga dinilai paling relevan untuk mengkaji pengaruh *financial influencer* terhadap keputusan investasi gen z. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan responden pada mahasiswa akuntansi di Kota Pekanbaru yang berstatus sebagai investor saham aktif. Penelitian ini diarahkan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengaruh *financial influencer*, literasi keuangan, dan pengalaman keuangan terhadap keputusan investasi gen z.

Penelitian ini menjadi penting karena pertumbuhan jumlah investor muda yang sangat tinggi berpotensi menimbulkan risiko apabila tidak diimbangi dengan kualitas keputusan investasi yang memadai. Jika keputusan investasi lebih didorong oleh tren dan rekomendasi *influencer* dibandingkan pemahaman risiko yang rasional, maka terdapat potensi kerugian finansial individu serta volatilitas pasar yang tidak berbasis fundamental. Selain itu, pengalaman keuangan yang dimiliki individu juga berperan penting dalam membentuk kualitas keputusan investasi, karena pengalaman dalam mengelola keuangan, menabung, maupun menggunakan produk keuangan dapat menjadi sumber pembelajaran yang membantu investor dalam menilai risiko dan peluang investasi secara lebih bijaksana. Sebaliknya, apabila literasi keuangan dan pengalaman keuangan terbukti lebih dominan dalam memengaruhi keputusan investasi, maka penguatan edukasi keuangan serta peningkatan pengalaman keuangan melalui berbagai program literasi dan praktik pengelolaan keuangan menjadi strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas investor muda. Pemilihan generasi z sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok ini merupakan generasi *digital native* yang paling intens berinteraksi dengan media sosial dan teknologi finansial. Karakteristik tersebut menjadikan gen z sebagai kelompok yang relevan untuk menguji pengaruh *financial influencer*, literasi keuangan, dan pengalaman keuangan dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, dominasi jumlah investor muda di pasar modal Indonesia menjadikan gen z sebagai segmen strategis dalam pengembangan industri keuangan nasional.

Berdasarkan hasil telaah terhadap berbagai penelitian terdahulu, ditemukan berbagai variabel yang mempengaruhi keputusan investasi, seperti literasi

keuangan, pengetahuan investasi, persepsi risiko, *financial influencer*, *social media influencer*, *herding behavior*, *fear of missing out (FoMo)*, pengalaman keuangan, *self-control*, motivasi investasi, pendapatan, serta gaya hidup. Namun demikian, jika dianalisis secara konseptual, variabel-variabel tersebut memiliki keterkaitan dan dapat dikelompokkan ke dalam beberapa dimensi utama. Dalam perspektif *behavioral finance*, pengambilan keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial yang berasal dari lingkungan individu. Hal ini serupa dengan pernyataan OECD, (2018) yang mengatakan bahwa literasi keuangan mencakup 3 komponen utama yaitu, *financial knowledge* (pengetahuan keuangan), *financial behavior* (perilaku keuangan), dan *financial attitude* (sikap keuangan). Kemudian pernyataan diatas ditambahkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, (2022) bahwa literasi keuangan mencakup pemahaman investasi, pengelolaan keuangan, dan perencanaan masa depan. Oleh karena itu dimensi kognitif dapat direpresentasikan oleh literasi keuangan. Selanjutnya, dimensi sosial yang berasal dari pengaruh lingkungan digital tercermin melalui peran *financial influencer*, yang dalam praktiknya juga berkaitan dengan fenomena herding dan kecenderungan FoMo. Sementara itu, berdasarkan *experiential learning theory*, pengalaman merupakan sumber pembelajaran utama yang mempengaruhi pola pengambilan keputusan individu, sehingga dimensi pengalaman dalam penelitian ini direpresentasikan oleh pengalaman keuangan (Subaida & Hakiki, 2021). Dengan demikian, penelitian ini memfokuskan pada tiga variabel utama tersebut sebagai determinan keputusan investasi gen z.

Adapun pemilihan variabel literasi keuangan, *financial influencer*, dan pengalaman keuangan didasarkan pada pendekatan teoritis yang saling melengkapi. Literasi keuangan merepresentasikan faktor internal yang bersifat kognitif dan rasional, *financial influencer* merepresentasikan faktor eksternal yang bersifat sosial dan digital, sedangkan pengalaman keuangan merepresentasikan proses pembelajaran empiris individu dalam mengelola keuangan. Dengan menguji ketiga variabel tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai determinan keputusan investasi gen z, baik dari sisi kapasitas individu, pengalaman, maupun

pengaruh lingkungan sosial. Maka berdasarkan uraian fenomena, hasil penelitian terdahulu, serta adanya ketidakkonsistenan temuan empiris, penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh *Financial Influencer*, Literasi Keuangan, dan Pengalaman Keuangan terhadap Keputusan Investasi gen z di Pekanbaru”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian perilaku keuangan generasi muda serta kontribusi praktis bagi regulator, lembaga pendidikan, dan pelaku industri pasar modal dalam merumuskan kebijakan dan strategi edukasi yang lebih efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

- 1) Bagaimana pengaruh *financial influencer* terhadap keputusan investasi gen z?
- 2) Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi gen z?
- 3) Bagaimana pengaruh pengalaman keuangan terhadap keputusan investasi gen z?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini sesuai dengan tujuannya maka dilakukan pembatasan terhadap ruang lingkup penelitian, maka peneliti membatasi variabel independen dengan hanya menentukan tiga faktor yaitu *financial influencer*, literasi keuangan dan pengalaman keuangan. Penelitian ini juga membatasi responden pada mahasiswa akuntansi yang kuliah di Pekanbaru.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *financial influencer* terhadap keputusan gen z di Pekanbaru dalam berinvestasi.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan gen z di Pekanbaru dalam berinvestasi.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh pengalaman keuangan terhadap keputusan gen z di Pekanbaru dalam berinvestasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1) Bagi lembaga keuangan, regulator, dan pembuat kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan dalam merancang program edukasi keuangan digital yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik gen z. Temuan penelitian ini juga dapat mendorong kolaborasi strategis antara institusi keuangan resmi dan *financial influencer* yang kredibel dalam meningkatkan kualitas literasi keuangan masyarakat.

2) Bagi akademik

Penelitian ini dapat dijadikan referensi awal untuk mengembangkan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain, menggunakan metode kuantitatif atau campuran, serta memperluas objek penelitian pada jenis instrumen investasi atau kelompok generasi yang berbeda.

3) Bagi gen z

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada gen z di Pekanbaru mengenai pentingnya literasi keuangan, pengalaman keuangan, dan kemampuan menyaring informasi investasi yang diperoleh dari *financial influencer*. Dengan demikian, generasi z dapat mengambil keputusan investasi yang lebih tepat, sesuai dengan tujuan keuangan dan profil risiko yang dimiliki, sehingga dapat mendukung terciptanya perilaku investasi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.