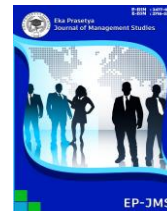




Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



THE INFLUENCE OF FINANCIAL EXPERIENCE, FINANCIAL SOCIALIZATION, AND DIGITAL INVESTMENT PLATFORM EXPERIENCE ON FINANCIAL INVESTMENT INTENTION, WITH BEHAVIORAL FINANCE AS A MODERATING VARIABLE

PENGARUH FINANCIAL EXPERIENCE, FINANCIAL SOCIALIZATION, DIGITAL INVESTMENT PLATFORM EXPERIENCE TERHADAP FINANCIAL INVESTMENT INTENTION DENGAN BEHAVIORAL FINANCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Septi Fadjar Utami, Pambuko Naryoto²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Indonesia

Keywords:

Financial Experience; Financial Socialization; Digital Investment Platform Experience; Investment Financial Intention; Behavior Finance.

Abstract. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Financial Experience, Financial Socialization, dan *Digital Investment Platform Experience* terhadap *Investment Financial Intention*, serta menguji peran Behavior Finance sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Data dikumpulkan melalui survei kepada responden yang memiliki pengalaman dalam investasi keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Financial Experience dan Financial Socialization berpengaruh signifikan dan cukup kuat terhadap *Investment Financial Intention*. *Digital Investment Platform Experience* juga memiliki pengaruh signifikan meskipun relatif lebih lemah. Behavior Finance terbukti memoderasi hubungan antara ketiga variabel bebas dengan niat investasi keuangan, namun efek moderasi yang ditunjukkan cenderung lemah namun tetap signifikan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa pengalaman finansial, sosialisasi keuangan, dan pemanfaatan platform investasi digital dapat mendorong niat seseorang untuk berinvestasi, dan perilaku keuangan individu dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literasi keuangan dan strategi pemasaran investasi, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang perilaku keuangan.

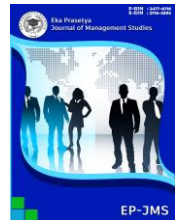
Corresponding author*

Email: septifadjar@gmail.com



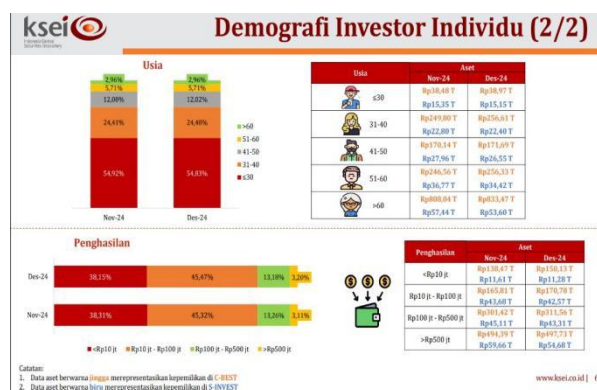
Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara dan memiliki jumlah penduduk terbesar keempat di dunia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 282 juta jiwa, dengan sekitar 52% di antaranya berusia di bawah 35 tahun. Struktur demografi ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki potensi besar sebagai investor baru di pasar keuangan. Namun, data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menunjukkan bahwa jumlah investor pasar modal pada Mei 2024 baru mencapai 13,4 juta atau sekitar 4,7% dari total populasi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam investasi pasar modal masih relatif rendah.



Gambar 1. Demografi Investor Individu

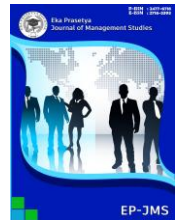
Berdasarkan Gambar 1, data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menunjukkan bahwa komposisi investor individu pasar modal Indonesia pada Desember 2024 didominasi oleh kelompok usia 30 tahun ke bawah sebesar 54,83%, diikuti kelompok usia 31–40 tahun sebesar 24,48%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua kelompok usia tersebut mencakup 79,31% dari keseluruhan investor individu. Dominasi kelompok usia muda ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki peran penting dalam perkembangan pasar modal Indonesia. Sementara itu, Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat jumlah investor saham meningkat dari 6.381.444 SID pada 31 Desember 2024 menjadi 7.001.268 SID pada 26 Mei 2025, atau bertambah sebanyak 619.824 SID. Pertumbuhan tersebut terjadi di tengah fluktuasi Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), yang sempat turun menjadi 5.967,988 pada 9 April 2025 sebelum kembali menguat ke level 7.175,819 pada 28 Mei 2025. Data tersebut memperlihatkan perkembangan partisipasi masyarakat dalam investasi saham sekaligus menunjukkan pentingnya memahami faktor-faktor yang berkaitan dengan keputusan dan niat investasi.

Meskipun kelompok usia muda mendominasi komposisi investor individu, proporsi tersebut belum dapat menggambarkan tingkat partisipasi investasi Gen Z dan Milenial dibandingkan dengan keseluruhan penduduk pada kelompok usia yang sama. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga melaporkan bahwa indeks literasi keuangan nasional pada tahun 2023 sebesar 49,68%, sementara indeks inklusi keuangan telah mencapai 85,10%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak masyarakat telah mengakses layanan keuangan, pemahaman terhadap produk investasi masih terbatas. Survei OJK juga menunjukkan bahwa hanya sekitar 14% masyarakat yang memahami produk investasi seperti saham, reksa dana, dan obligasi. Kondisi ini meningkatkan kerentanan masyarakat terhadap investasi ilegal yang masih sering terjadi.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam pola investasi masyarakat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 77,02%, dengan sekitar 167 juta pengguna aktif media sosial. Perkembangan ini mendorong munculnya berbagai platform investasi digital seperti Bibit, Ajaib, IPOT, dan Stockbit yang menawarkan kemudahan akses, edukasi investasi, serta modal awal yang relatif kecil. Survei Katadata Insight Center (2023) menunjukkan bahwa 63% investor milenial memilih platform digital karena kemudahan akses dan fitur edukasi yang tersedia, sementara 70% investor pemula mulai berinvestasi setelah memperoleh informasi dari media sosial dan influencer keuangan. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka penelitian mengenai *investment intention* pada Gen Z penting dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang berkaitan dengan pembentukan niat investasi, khususnya *Financial Experience*, *Financial Socialization* dan *digital investment experience*, serta peran *Behavioral finance* dalam hubungan tersebut.

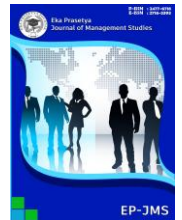
Meskipun berbagai faktor tersebut berpotensi membentuk niat investasi, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten dimana penelitian Fitriyani & Anwar (2022) menemukan bahwa *Financial Experience* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *investment intention*, sedangkan penelitian Tubastuvi et al (2022) dan Setyaningrum & Hidayah (2024) menunjukkan bahwa *Financial Experience* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Pada variabel *Financial Socialization*, penelitian Hidayah & Banjarnahor (2025) menemukan bahwa *Financial Socialization* pengaruh positif terhadap niat investasi, namun penelitian yang dilakukan oleh Luthfiannisa & Meidiaswati (2024) justru menemukan bahwa *Financial Socialization* terbukti tidak berpengaruh terhadap niat investasi. Sementara itu, penelitian Jumiyani et al (2024) menemukan bahwa *digital investment experience* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap niat investasi, namun penelitian yang dilakukan oleh Hikmah & Toatubun (2025) menemukan bahwa *digital investment experience* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *Financial Experience*, *Financial Socialization* dan *digital investment experience* terhadap *investment intention* masih perlu diuji kembali untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Selain adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini juga mengembangkan model dengan menempatkan *Behavioral finance* sebagai variabel moderasi. Berbeda dengan penelitian yang menempatkan *Behavioral finance* sebagai variabel independen untuk menguji pengaruh langsungnya terhadap niat investasi, penelitian ini berfokus pada perannya dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Financial Experience*, *Financial Socialization* dan *digital investment experience* terhadap *investment intention*. Pengembangan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa keputusan investasi tidak hanya berkaitan dengan pengalaman, sosialisasi, dan akses terhadap informasi digital, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh aspek perilaku dalam memproses informasi dan mengambil keputusan keuangan. Dalam lingkungan investasi digital yang ditandai oleh derasnya informasi, tren investasi dan pengaruh sosial, aspek perilaku tersebut relevan untuk dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian peran moderasi *Behavioral finance* dalam model hubungan ketiga variabel tersebut dengan niat investasi pada Gen Z dan Milenial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian niat investasi sekaligus memperluas pemahaman mengenai kondisi yang dapat memengaruhi kekuatan hubungan antarvariabel.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Financial Experience*, *Financial Socialization* dan *digital investment experience* terhadap *financial investment intention* Gen Z dengan *Behavioral finance* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami perilaku investasi generasi muda di era digital serta mendukung peningkatan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 *Behavioral finance Theory*

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Behavioral finance Theory*, yang menjelaskan bahwa keputusan keuangan individu tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Shefrin (2000) dan Nofsinger (2001) menjelaskan bahwa perilaku investor sering dipengaruhi oleh emosi, persepsi, serta bias kognitif yang dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi. Pendekatan ini menjadi penting dalam memahami perilaku investor modern, khususnya generasi milenial dan Gen Z yang aktif menggunakan teknologi digital dalam aktivitas investasi.

Penelitian ini juga menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1985). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk dari tiga komponen utama yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*) dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang relevan dalam penggunaan platform investasi digital.

Dalam hal terkait *Behavioral finance*, keputusan investasi investor sering kali dipengaruhi oleh bias perilaku seperti *overconfidence*, yaitu tingkat kepercayaan diri yang berlebihan dalam menilai kemampuan sendiri, *herding behavior*, yaitu kecenderungan mengikuti keputusan investasi orang lain, serta *fear of missing out* (FOMO) yang mencerminkan rasa takut tertinggal dari peluang investasi yang sedang populer. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *Behavioral finance* diposisikan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap niat investasi.

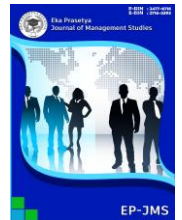
2.2 *Investment*

Investasi merupakan komitmen untuk menempatkan sejumlah dana atau sumber daya pada saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Lubis (2016) menyatakan bahwa investasi merupakan pengalokasian sumber daya finansial pada berbagai aset yang diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi di masa mendatang. Aset tersebut dapat berupa aset finansial seperti saham, obligasi, dan reksa dana, maupun aset riil seperti tanah dan bangunan. Dalam praktiknya, keputusan investasi melibatkan pertimbangan terhadap tingkat pengembalian (*return*) yang diharapkan dan tingkat risiko (*risk*) yang mungkin terjadi. Investor pada umumnya akan memilih instrumen investasi yang mampu memberikan keuntungan optimal dengan tingkat risiko yang masih dapat diterima.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



2.3 *Investment Intention*

Investment intention merupakan niat atau keinginan individu untuk melakukan aktivitas investasi dengan mengalokasikan dana pada suatu instrumen keuangan tertentu. Rania et al. (2022) menjelaskan bahwa niat investasi merupakan tahap awal sebelum seseorang benar-benar melakukan aktivitas investasi. Dalam perspektif *theory of planned behavior*, niat merupakan faktor utama yang memprediksi perilaku individu. Dalam penelitian ini, *investment intention* diukur melalui tiga indikator yang mengacu pada penelitian Xhavaira & Oktaryani (2025) yaitu komitmen berinvestasi, keyakinan terhadap manfaat investasi dan persepsi mengenai pentingnya investasi bagi masa depan. Ketiga indikator tersebut tercermin dari komitmen untuk berinvestasi secara rutin melalui aplikasi digital, keyakinan bahwa investasi digital dapat membantu mencapai tujuan keuangan, serta pandangan bahwa investasi penting untuk masa depan.

2.4 *Financial Experience*

Financial Experience merupakan pengalaman individu yang berkaitan dengan aktivitas keuangan yang pernah dialami dalam kehidupan sehari-hari. Seri Suriani (2022) menjelaskan bahwa pengalaman keuangan dapat berasal dari berbagai aktivitas seperti penggunaan produk perbankan, asuransi, dana pensiun, maupun kegiatan investasi. Pengalaman tersebut dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan serta mengambil keputusan investasi secara lebih rasional. Dalam penelitian ini, *Financial Experience* diukur melalui tiga indikator yang mengacu pada penelitian Fitriyani & Anwar (2022) yaitu kemampuan mengelola keuangan pribadi, pengalaman menggunakan produk keuangan dan pengalaman memperoleh keuntungan atau kerugian dalam investasi. Indikator tersebut tercermin dari kebiasaan memantau atau mengelola akun keuangan secara rutin, pengalaman menggunakan produk seperti tabungan, saham, reksa dana, deposito dan asuransi, serta pengalaman memperoleh keuntungan dalam berinvestasi.

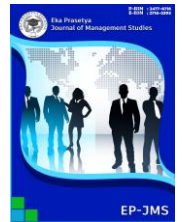
2.5 *Financial Socialization*

Financial Socialization merupakan proses pembelajaran nilai, pengetahuan, dan perilaku keuangan yang diperoleh individu melalui interaksi dengan lingkungan sosial. Safitri et al. (2020) menjelaskan bahwa sosialisasi keuangan dapat terjadi melalui berbagai sumber seperti keluarga, teman sebaya, media, maupun lingkungan kerja. Pada Generasi Z, proses sosialisasi keuangan juga berkaitan erat dengan media sosial karena generasi ini tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun interaksi sosial (Adiputra et al., 2024). Melalui media sosial, Generasi Z dapat terpapar informasi mengenai pengelolaan keuangan dan investasi dari teman sebaya, komunitas digital, maupun financial influencer. Dalam perspektif TPB, pengaruh lingkungan sosial tersebut berkaitan dengan norma subjektif yang dapat membentuk persepsi dan niat individu untuk berinvestasi. *Financial Socialization* dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator yang mengacu pada Adiputra et al. (2024) yaitu diskusi keuangan dengan lingkungan sosial, pengaruh lingkungan kerja terhadap pengelolaan keuangan dan perolehan informasi keuangan dari media



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



2.6 *Digital investment platform experience*

Digital investment platform experience merupakan pengalaman individu dalam menggunakan platform investasi digital yang memanfaatkan teknologi finansial (*fintech*). Sari et al. (2024) menjelaskan bahwa *fintech* merupakan inovasi layanan keuangan berbasis teknologi yang memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas keuangan termasuk investasi. Penggunaan platform investasi digital memungkinkan investor untuk melakukan transaksi investasi secara lebih mudah, memperoleh informasi investasi secara cepat, serta memantau perkembangan portofolio investasi secara real time. Dalam penelitian ini, *Digital investment platform experience* diukur melalui tiga indikator yang dikembangkan oleh Setyaningrum & Hidayah (2024) yaitu kemudahan bertransaksi melalui platform digital, kemanfaatan fitur aplikasi dalam pengambilan keputusan investasi dan kemudahan akses aplikasi kapan pun dibutuhkan.

2.7 Hipotesis Penelitian

Pengaruh *Financial Experience* terhadap *Financial Investment Intention*

Financial Experience merupakan pengalaman individu dalam mengelola keuangan dan menggunakan produk keuangan, termasuk investasi. Pengalaman tersebut dapat membantu Generasi Z memahami karakteristik produk, mempertimbangkan risiko, dan mengevaluasi hasil investasi. Semakin banyak pengalaman yang diperoleh, semakin besar peluang individu membangun keyakinan untuk mulai atau melanjutkan investasi. Hal ini didukung oleh penelitian Tubastuvi et al (2022), Setyaningrum & Hidayah (2024) dan Hikmah & Toatubun (2025) yang menyatakan bahwa *financial experience* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap niat investasi. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H1: *Financial Experience* berpengaruh positif terhadap *Financial investment intention*.

Pengaruh *Financial Socialization* terhadap *Financial Investment Intention*

Financial Socialization merupakan proses individu memperoleh pengetahuan, nilai, dan kebiasaan keuangan melalui interaksi dengan keluarga, teman sebaya, lingkungan kerja, maupun media. Proses ini dapat meningkatkan niat investasi Generasi Z karena informasi dan diskusi keuangan membantu mereka mengenali manfaat investasi serta mempertimbangkan investasi sebagai bagian dari perencanaan keuangan. Penelitian Adiputra et al 2024) dan Luthfiannisa & Meidiaswati (2024) yang menyatakan bahwa *financial socialization* terbukti berpengaruh positif terhadap *financial investment intention*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H2: *Financial Socialization* berpengaruh positif terhadap *Financial investment intention*.

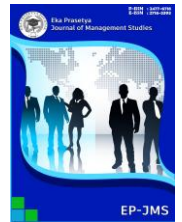
Pengaruh *Digital Investment Platform Experience* terhadap *Financial Investment Intention*

Digital investment platform experience merupakan pengalaman individu dalam menggunakan platform digital untuk mengakses informasi dan melakukan aktivitas investasi. Pengalaman yang positif, seperti kemudahan transaksi, aksesibilitas, dan manfaat fitur aplikasi, dapat meningkatkan kenyamanan serta keyakinan Generasi Z dalam berinvestasi. Keterkaitan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menjelaskan peran persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan dalam



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



penerimaan teknologi. Hal ini juga didukung oleh penelitian Yanida et al (2023) yang menunjukkan bahwa *digital investment experience* terbukti berpengaruh positif terhadap niat investasi. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H3: *Digital investment platform experience* berpengaruh positif terhadap *Financial investment intention*.

Behavioral finance* memoderasi pengaruh *Financial Experience* terhadap *Financial Investment Intention

Behavioral finance merupakan faktor psikologis dan bias perilaku memengaruhi keputusan keuangan individu. Menurut Almansour et al (2023) individu dengan kecenderungan *overconfidence* dapat menganggap keuntungan sebelumnya sebagai bukti kemampuan investasinya sehingga semakin terdorong untuk kembali berinvestasi. Hal ini juga didukung oleh penelitian Gabhane et al. (2023) yang menyatakan bahwa *behavioral finance* yang terdiri dari *overconfidence* dan *herding behavior* memiliki terhadap *financial investment intention*. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H4: *Behavioral finance* memoderasi pengaruh *Financial Experience* terhadap *Financial investment intention*.

Behavioral finance* memoderasi pengaruh *Financial Socialization* terhadap *Financial Investment Intention

Behavioral finance menjelaskan bagaimana bias perilaku memengaruhi cara individu menerima informasi dan mengambil keputusan investasi. Menurut Gabhane et al. (2023), *overconfidence* dan *herding behavior* memiliki pengaruh terhadap *financial investment intention*. Individu dengan kecenderungan *herding behavior*, misalnya, dapat lebih mudah mengikuti rekomendasi investasi dari teman, keluarga, atau lingkungan sosialnya. Berdasarkan hal tersebut, *behavioral finance* diduga dapat memoderasi pengaruh *financial socialization* terhadap *financial investment intention*.

H5: *Behavioral finance* memoderasi pengaruh *Financial Socialization* terhadap *Financial investment intention*.

Behavioral finance* memoderasi pengaruh *Digital investment platform experience* terhadap *Financial Investment Intention

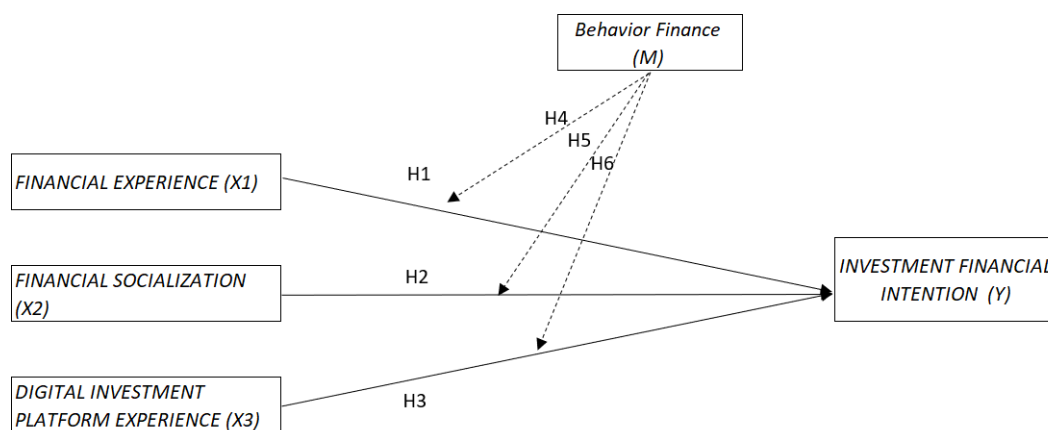
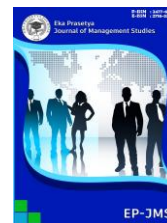
Behavioral finance menjelaskan bagaimana faktor psikologis dan bias perilaku memengaruhi keputusan investasi individu. Menurut Gabhane et al. (2023), *overconfidence* dan *herding behavior* memiliki pengaruh terhadap *financial investment intention*. Dalam penggunaan platform investasi digital, individu dengan kecenderungan *herding behavior* dapat terdorong mengikuti instrumen investasi yang populer, sedangkan individu dengan *overconfidence* dapat terlalu mengandalkan penilaiannya sendiri terhadap informasi yang tersedia (Almansour et al., 2023). Berdasarkan hal tersebut, *behavioral finance* diduga dapat memoderasi pengaruh *digital investment platform experience* terhadap *financial investment intention*.

H6: *Behavioral finance* memoderasi pengaruh *Digital investment platform experience* terhadap *Financial investment intention*.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Gambar 2. Kerangka Konseptual

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research untuk menguji hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis. Pendekatan ini bertujuan menjelaskan pengaruh *Financial Experience*, *Financial Socialization* dan *Digital investment platform experience* terhadap *investment intention* dengan *Behavioral finance* sebagai variabel moderasi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran persepsi responden secara terstruktur melalui instrumen kuesioner menggunakan skala Likert lima poin.

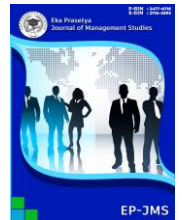
Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Jumlah item	Sumber
<i>Financial Experience</i> (X1)	Pengelolaan keuangan pribadi, pengalaman menggunakan produk keuangan, pengalaman keuntungan investasi	3	Fitriyani & Anwar (2022)
<i>Financial Socialization</i> (X2)	Diskusi keuangan, pengaruh lingkungan kerja, informasi keuangan dari media	3	Adiputra et al (2024)
<i>Digital Investment Platform Experience</i> (X3)	Kemudahan transaksi, manfaat fitur aplikasi, kemudahan akses	3	Setyaningrum & Hidayah (2024)
<i>Behavioral Finance</i> (M)	Herding behavior, overconfidence bias, bias heuristik	3	Almansour et al. (2023)
<i>Financial Investment Intention</i> (Y)	Komitmen berinvestasi, keyakinan terhadap manfaat investasi, pentingnya investasi untuk masa depan	3	Xhavaira & Oktaryani (2025)



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Populasi penelitian adalah generasi milenial dan generasi Z yang berdomisili di Kota Tangerang serta memiliki pengalaman menggunakan aplikasi investasi digital seperti IPOT, Stockbit atau Ajaib. Responden juga telah melakukan transaksi investasi minimal satu kali melalui aplikasi keuangan digital pada periode Agustus - Februari 2026. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan pedoman Hair et al. (2019) yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal dalam analisis PLS-SEM adalah sepuluh kali jumlah indikator pada variabel paling kompleks dalam model penelitian. Dengan total 15 indikator, maka jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden.

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS untuk menguji hubungan antarvariabel laten dan efek moderasi dalam model penelitian.

Evaluasi model dilakukan melalui pengujian *outer model* dan *inner model*. Pengujian *outer model* mencakup *convergent validity* untuk menilai validitas indikator berdasarkan nilai *outer loading* dan Average Variance Extracted (AVE), serta *discriminant validity* untuk memastikan bahwa setiap konstruk berbeda dari konstruk lainnya melalui kriteria Fornell-Larcker, Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT), dan *cross loading*. Selanjutnya, pengujian *inner model* dilakukan dengan mengevaluasi kolinearitas melalui Variance Inflation Factor (VIF), koefisien jalur (*path coefficient*) untuk menguji arah dan signifikansi hubungan antarvariabel, *effect size* (f^2) untuk menilai besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, serta *predictive relevance* (Q^2) untuk mengevaluasi relevansi prediktif model. Pengujian tersebut digunakan untuk menilai kualitas model pengukuran dan model struktural serta menguji hipotesis penelitian, termasuk efek moderasi *behavioral finance*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

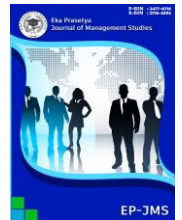
Berdasarkan hasil pengolahan data, responden penelitian memiliki karakteristik demografis yang beragam, terutama dari sisi usia dan pekerjaan. Berdasarkan kelompok usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 26–30 tahun yaitu sebanyak 69 responden (46%). Distribusi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif yang relatif aktif dalam memanfaatkan teknologi digital, termasuk dalam aktivitas investasi.

Dilihat dari sisi pekerjaan, responden didominasi oleh pegawai swasta sebanyak 54 responden (36%), dimana komposisi pekerjaan tersebut menunjukkan bahwa responden berasal dari berbagai latar belakang profesi, sehingga dapat memberikan perspektif yang beragam mengenai pengalaman dan perilaku investasi berbasis digital. Keberagaman karakteristik responden tersebut menunjukkan bahwa data yang diperoleh mampu merepresentasikan kondisi



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



nyata generasi milenial dan generasi Z yang menjadi objek penelitian, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi investment intention dalam penggunaan platform investasi digital.

Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran, nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) seluruh pasangan variabel berada di bawah 1, dengan nilai tertinggi sebesar 0,775 pada hubungan *behavioral finance* dan *financial investment intention*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan batas HTMT yang digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, hasil uji *fornell-larcker* menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE pada setiap variabel, yaitu *behavioral finance* sebesar 0,931, *digital investment platform experience* sebesar 0,829, *financial experience* sebesar 0,811 dan *financial socialization* sebesar 0,833 yang terbukti lebih tinggi daripada korelasi dengan konstruk lainnya. Artinya, variabel-variabel tersebut memenuhi kriteria validitas diskriminan. Hasil pengujian indikator juga menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,70, sehingga dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil pengujian R-Square, variabel *financial investment intention* memperoleh nilai sebesar 0,696. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *financial experience*, *financial socialization*, *digital investment platform experience* serta hubungan moderasi *behavioral finance* secara bersama-sama mampu menjelaskan 69,6% variasi *financial investment intention*, sedangkan sisanya sebesar 30,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Sementara itu, hasil pengujian *F-Square* menunjukkan bahwa *digital investment platform experience* memiliki nilai sebesar 0,071, *financial experience* sebesar 0,131 dan *financial socialization* sebesar 0,143. Ketiga variabel tersebut memiliki ukuran efek yang tergolong lemah. Adapun efek moderasi *behavioral finance* pada hubungan *financial experience* terhadap *financial investment intention* sebesar 0,038, pada hubungan *financial socialization* sebesar 0,093, serta pada hubungan *digital investment platform experience* sebesar 0,038. Seluruh efek moderasi tersebut juga tergolong lemah berdasarkan kriteria yang digunakan dalam penelitian.

Hasil pengujian q^2 *predictive relevance* menunjukkan nilai sebesar 0,429 atau lebih besar dari 0. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif dalam menjelaskan *financial investment intention*. Selanjutnya, hasil pengujian Model Fit menunjukkan nilai SRMR sebesar 0,083 pada *saturated model* maupun *estimated model*, sehingga memenuhi kriteria SRMR di bawah 0,10 yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, berdasarkan nilai SRMR, model dapat dinyatakan memenuhi kriteria kesesuaian yang digunakan.

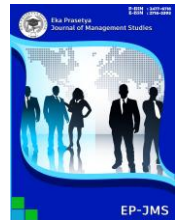
1. Pengaruh *Financial Experience* terhadap *Financial investment intention*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Financial Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Investment Intention*, dengan koefisien sebesar 0,248, nilai t-statistic sebesar 4,146, dan p-value sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa pengalaman keuangan



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



berperan dalam membentuk niat investasi Gen Z di Kota Tangerang. Pengalaman dalam mengelola uang, menggunakan produk keuangan, serta menghadapi keuntungan dan kerugian keuangan dapat membantu individu memahami konsekuensi dari keputusan finansial. Melalui pengalaman tersebut, individu memiliki kesempatan untuk mengevaluasi keputusan sebelumnya dan membangun pertimbangan yang lebih matang sebelum memutuskan untuk berinvestasi.

Dalam perkembangan industri *financial technology* (fintech), pengalaman keuangan menjadi semakin relevan karena akses terhadap layanan keuangan dan investasi semakin terintegrasi dengan teknologi digital. Aplikasi investasi memungkinkan pengguna memperoleh informasi, memantau portofolio, dan melakukan transaksi melalui perangkat digital. Namun, kemudahan akses tersebut tidak secara otomatis menjamin kualitas keputusan investasi. Gen Z yang memiliki pengalaman mengelola keuangan secara langsung cenderung memiliki dasar pertimbangan yang lebih baik untuk memahami bahwa investasi mengandung risiko dan membutuhkan perencanaan. Oleh karena itu, pengalaman keuangan dapat menjadi modal awal bagi investor digital untuk memanfaatkan layanan fintech secara lebih terarah, bukan sekadar mengikuti kemudahan transaksi atau tren investasi yang berkembang di media sosial.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 yang dilakukan OJK bersama BPS mencatat indeks literasi keuangan sebesar 65,43%, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 75,02%. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa akses dan penggunaan layanan keuangan belum sepenuhnya sejalan dengan tingkat pemahaman keuangan masyarakat. Hal ini yang kemudian menyebabkan pengalaman keuangan penting karena penggunaan layanan digital perlu disertai kemampuan memahami produk, risiko, dan konsekuensi keputusan finansial. Hasil penelitian ini sejalan dengan Tanuwijaya et al. (2023) dan Saleh (2023), yang menyatakan bahwa *Financial Experience* berpengaruh positif terhadap *Investment Intention*.

2. Pengaruh *Financial Socialization* terhadap *Financial investment intention*

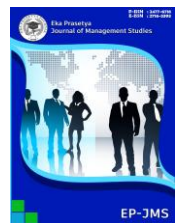
Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Financial Socialization* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Investment Intention*, dengan koefisien sebesar 0,245, nilai T-statistic sebesar 3,457, dan p-value sebesar 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa proses sosialisasi keuangan melalui keluarga, teman sebaya, pendidikan dan lingkungan digital berperan dalam membentuk niat investasi Gen Z. Melalui interaksi sosial, individu memperoleh informasi, nilai dan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan serta manfaat perencanaan keuangan jangka panjang. Informasi tersebut dapat membantu individu mengenali investasi sebagai salah satu alternatif untuk mengelola dan mengembangkan aset, sehingga mendorong terbentuknya niat untuk berinvestasi.

Perkembangan industri fintech juga dianggap memperluas sumber sosialisasi keuangan. Jika sebelumnya pemahaman keuangan banyak diperoleh melalui keluarga dan pendidikan formal, kini Gen Z juga dapat memperoleh informasi melalui komunitas investor digital, forum



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



diskusi, kreator konten keuangan dan media sosial. Kondisi ini membuka peluang bagi penyebaran edukasi investasi secara lebih luas dan cepat. Bagi Gen Z di Indonesia, lingkungan digital dapat menjadi sarana pembelajaran investasi sekaligus sumber tekanan sosial. Rekomendasi teman, pengalaman investor lain dan popularitas suatu instrumen dapat mendorong individu untuk mulai mempertimbangkan investasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan B.B. Hrulkha dan Parul Tandan (2024) serta Eristy Minda Utami et al. (2025), yang menemukan bahwa *Financial Socialization* berpengaruh positif terhadap *Investment Intention*. Hasil penelitian ini secara teoritis dapat memperkuat pandangan bahwa niat investasi terbentuk melalui proses pembelajaran sosial. Lingkungan sosial menyediakan informasi dan referensi perilaku yang dapat memengaruhi penilaian individu terhadap investasi. Hal ini karena interaksi tidak terbatas pada hubungan langsung, tetapi juga berlangsung melalui komunitas daring dan konten digital.

3. Pengaruh *Digital investment platform experience* terhadap *Financial investment intention*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *digital investment platform experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *investment intention*, dengan koefisien sebesar 0,175, nilai t-statistic sebesar 2,600, dan p-value sebesar 0,009. Dibandingkan dengan *financial experience* dan *financial socialization*, variabel ini memiliki koefisien pengaruh langsung paling kecil di antara ketiga variabel independen. Meskipun demikian, hasilnya tetap menunjukkan bahwa pengalaman menggunakan platform investasi digital merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan pembentukan niat investasi Gen Z. Pengalaman menggunakan aplikasi yang mudah dipahami, memiliki fitur transaksi yang praktis, dan menyediakan informasi portofolio dapat membantu individu merasa lebih familiar dengan proses investasi.

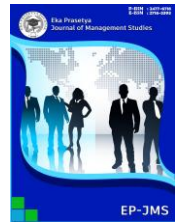
Dalam industri fintech, pengalaman pengguna merupakan aspek penting dalam pengembangan layanan investasi digital. Desain aplikasi, kemudahan proses pendaftaran, kecepatan transaksi, transparansi biaya dan ketersediaan informasi risiko dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap layanan. Pengalaman yang positif dapat mengurangi hambatan awal bagi calon investor yang belum terbiasa dengan mekanisme investasi. Dalam persektif TAM, penggunaan aplikasi dan paparan informasi investasi melalui media sosial perlu dipahami sebagai bagian dari lingkungan pengambilan keputusan yang lebih luas. Individu dapat tertarik berinvestasi karena memperoleh pengalaman penggunaan yang menyenangkan, tetapi keputusan tersebut juga dipengaruhi oleh kemampuan keuangan dan pemahaman terhadap risiko. Oleh sebab itu, penyedia fintech tidak cukup hanya berfokus pada kemudahan transaksi dan tampilan aplikasi, tetapi juga perlu memastikan bahwa informasi mengenai risiko, biaya, dan karakteristik produk tersedia secara jelas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Pebri Yanida et al. (2025) serta Enny Istanti et al. (2025), yang menyatakan bahwa pengalaman menggunakan platform investasi digital berpengaruh positif terhadap *Investment Intention*. Hal ini mendukung perspektif *Technology*



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Acceptance Model (TAM), khususnya mengenai pentingnya pengalaman pengguna dalam membentuk penerimaan terhadap teknologi. Pengalaman yang positif dapat meningkatkan ketertarikan individu untuk memanfaatkan platform investasi digital.

4. *Behavioral finance* Memoderasi Pengaruh *Financial Experience* terhadap *Financial investment intention*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *behavioral finance* memoderasi secara positif dan signifikan hubungan *financial experience* terhadap *investment intention*, dengan koefisien interaksi sebesar 0,117, nilai t-statistic sebesar 2,117, dan p-value sebesar 0,034. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh pengalaman keuangan terhadap niat investasi menjadi lebih kuat ketika hubungan tersebut disertai karakteristik perilaku keuangan yang diukur dalam penelitian. Dengan kata lain, pengalaman keuangan tidak hanya berkaitan dengan seberapa sering individu berinteraksi dengan produk keuangan, tetapi juga dengan bagaimana pengalaman tersebut diproses dan digunakan dalam pengambilan keputusan.

Dalam kondisi tersebut, kemampuan mengevaluasi pengalaman sebelumnya, mengendalikan respons emosional dan membedakan antara keuntungan yang diperoleh karena strategi yang tepat dan keuntungan yang terjadi karena kondisi pasar menjadi relevan. Oleh karena itu, pengalaman keuangan akan lebih bermanfaat dalam membentuk niat investasi apabila individu mampu mengolahnya menjadi pertimbangan yang rasional. Hasil penelitian ini sejalan dengan Almansour et al. (2023) dan Gabhane et al. (2023) yang menunjukkan bahwa hubungan antara pengalaman keuangan dan niat investasi tidak hanya berkaitan dengan kepemilikan pengalaman, tetapi juga dengan peran karakteristik perilaku keuangan.

5. *Behavioral finance* Memoderasi Pengaruh *Financial Socialization* terhadap *Financial investment intention*

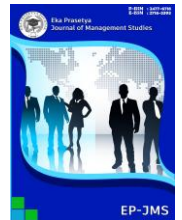
Hasil pengujian menunjukkan bahwa *behavioral finance* memoderasi secara positif dan signifikan hubungan *financial socialization* terhadap *investment intention*, dengan koefisien interaksi sebesar 0,153, nilai t-statistic sebesar 2,693, dan p-value sebesar 0,007. Di antara ketiga hubungan moderasi yang diuji, interaksi antara *financial socialization* dan *behavioral finance* memiliki koefisien paling besar. Hasil ini mengindikasikan bahwa karakteristik perilaku keuangan memiliki peran penting dalam memperkuat hubungan sosialisasi keuangan dengan niat investasi. Informasi yang diperoleh dari keluarga, teman, pendidikan dan lingkungan digital dapat lebih berkaitan dengan niat investasi ketika individu memiliki kecenderungan perilaku keuangan yang mendukung pengambilan keputusan.

Temuan ini sejalan dengan Jinhee Kim et al. (2022), yang menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial terhadap niat investasi berkaitan dengan karakteristik perilaku individu.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



6. *Behavioral finance* Memoderasi Pengaruh *Digital investment platform experience* terhadap *Financial investment intention*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *behavioral finance* memoderasi secara positif dan signifikan hubungan *digital investment platform experience* terhadap *investment intention*, dengan koefisien interaksi sebesar 0,131, nilai t-statistic sebesar 2,135, dan p-value sebesar 0,033. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara pengalaman menggunakan platform investasi digital dan niat investasi menjadi lebih kuat ketika disertai karakteristik perilaku keuangan yang mendukung pengambilan keputusan. Artinya, pengalaman menggunakan aplikasi tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, seperti kemudahan mengakses informasi dan melakukan transaksi, tetapi juga perlu dipahami bersama dengan cara individu mengevaluasi informasi dan merespons kondisi pasar.

Secara teoretis, hasil penelitian ini mengintegrasikan perspektif penerimaan teknologi dan *behavioral finance*, dimana pengalaman menggunakan platform digital dapat membentuk ketertarikan terhadap investasi, sedangkan karakteristik perilaku keuangan berkaitan dengan cara pengalaman tersebut diterjemahkan menjadi niat investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Zika et al. (2025), yang juga menyatakan bahwa pengalaman teknologi dan perilaku individu merupakan dua aspek yang saling melengkapi dalam menjelaskan niat investasi Gen Z di tengah perkembangan layanan fintech..

5. KESIMPULAN

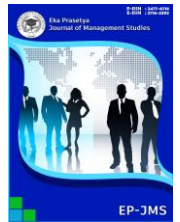
Berdasarkan hasil penelitian, *financial experience*, *financial socialization*, dan *digital investment platform experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial investment intention* pada Gen Z di Kota Tangerang. Selain itu, *Behavioral finance* mampu memoderasi secara positif hubungan ketiga variabel tersebut dengan niat investasi. Hasil ini menunjukkan bahwa pengalaman keuangan, sosialisasi keuangan, dan pengalaman menggunakan platform investasi digital berperan dalam membentuk niat investasi Gen Z, dengan *behavioral finance* sebagai faktor yang memperkuat hubungan tersebut. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengujian *behavioral finance* sebagai variabel moderasi yang mengintegrasikan aspek pengalaman keuangan, sosialisasi keuangan, dan pengalaman penggunaan platform investasi digital dalam menjelaskan niat investasi Gen Z.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penyedia platform investasi digital disarankan mengembangkan fitur edukasi investasi yang interaktif, seperti simulasi investasi, penjelasan risiko dan potensi keuntungan, serta panduan penggunaan aplikasi bagi investor pemula. Pemerintah dan lembaga pendidikan dapat menyelenggarakan program literasi keuangan berbasis digital yang mencakup pengelolaan keuangan pribadi, praktik simulasi investasi, dan pengambilan keputusan investasi secara rasional. Selain itu, edukasi juga perlu menekankan pengendalian emosi dan pemahaman risiko agar Gen Z tidak hanya memiliki niat berinvestasi, tetapi juga mampu mempertimbangkan keputusan investasi secara bijak. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah dan menguji variabel lain, seperti literasi keuangan



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



dan persepsi risiko, untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat investasi Gen Z.

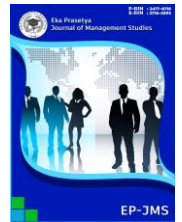
DAFTAR PUSTAKA

- Almansour, B. Y., Elkrghli, S., & Almansour, A. Y. (2023). *Behavioral finance* factors and investment decisions: A mediating role of risk perception. *Cogent Economics & Finance*, 11(2). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2239032>
- Angela, D., Wiyanto, H., & Budiono, H. (2023). The influence of financial confidence, *Financial Socialization*, herding, and mental accounting on investment decision among generation Z in Jakarta. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(4), 2033–2046. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i4.2033-2046>
- Aslam, M., Gulzar, M. F., Shahzad, M. A., Maqbool, M., & Chaudhary, M. H. (2020). Impact of financial knowledge and investment experience on investment decision making with and without risk tolerance mediation. *Enterprise Risk Management*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.5296/erm.v6i1.16930>
- Chua, Y. P. (2023). A step-by-step guide: PLS-SEM data analysis using SmartPLS 4.
- Enny, I., Andrianto, A., & Bramastyo, R. M. (2025). Perilaku keuangan generasi milenial: Memahami pola pengambilan keputusan keuangan pada generasi digital. *Akuntansi* 45, 6(1), 1–25. <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v6i1.4209>
- Gabhane, D., Sharma, A. M., Mukherjee, R., & Pally, P. (2023). *Behavioral finance*: Exploring the influence of cognitive biases on investment decisions. *Journal of Commerce Research*, 10(3), 3133–3141.
- Hatta, S., Suwono., Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2025). Analisis data kuantitatif dengan SmartPLS 4. Borneo Novelty Publishing.
- Irawan Abdullah, P., Widyastuti, U., & Fawaiq, M. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat investasi agen reksa dana online pada investor potensial. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(3).
- Kim, J., & Chawla, I. (2022). The role of socialization in shaping personal finance attitudes and behaviors. In *De Gruyter handbook of personal finance* (pp. 451–472). <https://doi.org/10.1515/9783110727692-026>
- Lubis, T. A. (2016). *Manajemen investasi dan perilaku keuangan*. Salim Media Indonesia.
- Mappadang, A. (2021). *Manajemen investasi dan portofolio*.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



- Perayunda, I. G. A. D., & Mahyuni, L. P. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi cryptocurrency pada kaum milenial. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 6(3), 351–372. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5224>
- Permana, D., Chandrayani, M., Nai, B., Rizky, M., & Saputra, A. (2024). Pengaruh kemajuan digital terhadap perubahan media investasi Gen Z pada mahasiswa UMBY. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 1(4), 430–434.
- Pribowo, K., & Fathihani, F. (2023). Pengaruh pengetahuan, kemudahan, dan sistem pembayaran terhadap minat investasi emas digital pada generasi milenial. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(3), 133–142. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i3.6>
- Ramadhani, R. A., Widyastuti, U., & Fatarina, T. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan toleransi risiko terhadap niat investasi pada aplikasi reksa dana. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(3), 2155–2169.
- Safitri, A., & Kartawinata, B. R. (2020). Pengaruh *Financial Socialization* dan *Financial Experience* terhadap financial management behavior. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 9(2), 158–170.
- Saleh, R. (2023). Pengaruh *Financial Socialization* dan *Financial Experience* terhadap investment intention melalui financial literacy sebagai mediasi pada karyawan swasta Kota Cikarang. *Syntax Idea Journal*.
- Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2025). Systematic literature review: Pengaruh financial technology terhadap minat investasi pada generasi Z. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 109–119. <https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.306>
- Tarungmingkeng, R. C. (2024). Pedoman penelitian SEM. Rudytc Press.
- Tanuwijaya, N. (2023). Pengaruh pengalaman keuangan terhadap minat investasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 307–314.
- Widyaningsih, D., Susilowati, H., & Hargyatni, T. (2024). Peran mediasi *behavioral finance* dalam preferensi berinvestasi milenial dan Gen Z. *Journal of Management and Digital Business*, 4(3), 513–528. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i3.1136>