



## Pengaruh *Financial Influencer*, Literasi Keuangan dan *Self-Control* Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Aceh Barat

Saparil<sup>1</sup>, Abu Hassan Makmun<sup>2</sup>, Tio Devilishanti<sup>3</sup>

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teuku Umar Meulaboh  
Aceh Barat<sup>1,2,3</sup>

\*Email Korespondensi: [sapariltarmizi@gmail.com](mailto:sapariltarmizi@gmail.com)

Diterima: 02-01-2026 | Disetujui: 13-01-2026 | Diterbitkan: 15-01-2026

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of Financial Influencers, Financial Literacy, and Self-Control on Investment Decisions among the people of West Aceh. The rapid growth of digital technology has encouraged individuals to access financial information through social media, where Financial Influencers play a major role in shaping investment behavior. This research uses a quantitative method with questionnaires distributed to 100 respondents who have engaged in investment activities. Data were analyzed using validity, reliability, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination ( $R^2$ ) with SPSS version 25. The results show that Financial Influencers have a significant effect on investment decisions. Financial Literacy also has a positive and significant influence, meaning that higher financial knowledge leads to better investment decisions. Self-Control significantly affects investment decisions, indicating that self-regulation is crucial in making rational financial choices. Simultaneously, all three variables have a positive and significant effect on investment decisions. This study concludes that improving financial literacy, self-control, and the wise use of social media can foster smart and sustainable investment behavior in West Aceh.*

**Keywords:** *Financial Influencer, Financial Literacy, Self-Control, Investment Decision.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Finansial Influencer, Literasi Keuangan, dan Self-Control terhadap Keputusan Investasi masyarakat di Kabupaten Aceh Barat. Perkembangan teknologi digital telah mendorong masyarakat untuk lebih aktif mengakses informasi keuangan melalui media sosial, di mana peran Finansial Influencer semakin besar dalam membentuk perilaku investasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang telah atau sedang melakukan investasi. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, serta uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Finansial Influencer berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi masyarakat Aceh Barat. Literasi Keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan, yang berarti semakin tinggi pengetahuan keuangan seseorang, semakin baik keputusan investasinya. Self-Control berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, menunjukkan bahwa pengendalian diri penting dalam membuat keputusan keuangan yang rasional. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan, kemampuan mengendalikan diri, dan penggunaan media sosial yang bijak dapat mendorong perilaku investasi yang cerdas dan berkelanjutan di Aceh Barat.

**Kata Kunci:** Finansial Influencer, Literasi Keuangan, Self-Control, Keputusan Investasi.

**Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Saparil, S., Makmun, A. H., & Devilishanti, T. (2026). Pengaruh Financial Influencer, Literasi Keuangan dan Self-Control Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Aceh Barat. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(1), 566-583. <https://doi.org/10.63822/r2pzt27>

## PENDAHULUAN

Teknologi digital yang berkembang pesat telah mengubah secara signifikan cara masyarakat mengakses dan memperoleh informasi, termasuk informasi keuangan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih memungkinkan masyarakat dari berbagai lapisan untuk memperoleh beragam informasi *Financial* secara instan melalui platform digital, khususnya media sosial. Salah satu fenomena penting yang muncul adalah semakin populernya “*Financial Influencer*” (*FInfluencer*), yakni individu yang secara aktif membagikan konten terkait edukasi keuangan, investasi, dan perencanaan *Financial* melalui media sosial. *FInfluencer* ini berbeda dari *Influencer* umum, karena fokus utamanya adalah memberikan informasi, tips, serta panduan praktis mengenai pengelolaan keuangan dan strategi berinvestasi. Kehadiran mereka menjadi daya tarik tersendiri, khususnya bagi generasi muda, karena menyampaikan materi keuangan dengan gaya santai, interaktif, dan mudah dipahami.

Fenomena ini juga terlihat jelas di Indonesia, di mana platform seperti TikTok dan Instagram menjadi media utama bagi *FInfluencer* untuk menjangkau audiens luas. Laporan Data Reportal (2023) mencatat bahwa 60% pengguna internet Indonesia berusia 16–34 tahun, dan sebagian besar di antaranya aktif mengikuti konten keuangan di media sosial. Bahkan, beberapa *FInfluencer* Indonesia mampu menarik jutaan pengikut, serta memengaruhi tren investasi seperti saham, reksa dana, emas, hingga aset kripto. Kondisi ini menunjukkan bahwa *FInfluencer* berperan besar dalam membentuk persepsi, pemahaman, dan perilaku investasi masyarakat modern.

Namun, fenomena tersebut juga menimbulkan dua sisi yang berbeda. Di satu sisi, *FInfluencer* dapat menjadi agen literasi keuangan yang efektif, terutama bagi masyarakat yang sulit mengakses edukasi formal. Di sisi lain, tidak sedikit konten yang disajikan bersifat dangkal, bias promosi, bahkan berisiko menjerumuskan audiens pada keputusan investasi yang spekulatif. Kasus kerugian akibat mengikuti saran investasi tanpa dasar analisis yang kuat banyak terjadi di kalangan investor pemula. Oleh karena itu, pengaruh *Financial Influencer* terhadap keputusan investasi masyarakat perlu dikaji lebih dalam, khususnya dalam konteks lokal seperti Aceh Barat.

Investasi merupakan komitmen dengan mengorbankan dana yang akan dialokasikan, dengan harapan dapat memberikan keuntungan di masa depan (Nurhayati dan Harianti 2023). Oleh karena itu, investasi adalah langkah yang tepat untuk melindungi dan menumbuhkan nilai uang saat ini untuk masa depan. Sebelum berinvestasi, penting untuk mempertimbangkan tingkat risiko yang akan terjadi saat berinvestasi, bagaimana instrumen investasi akan memberikan manfaat bagi investor, dan bagaimana risiko yang akan terjadi dan pengembalian yang akan dihasilkan saling berkorelasi (Safriyani et al., 2020).

Sementara itu, Literasi keuangan memegang peranan penting dalam mendukung pembangunan ekonomi baik di tingkat nasional maupun daerah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022, tingkat literasi keuangan nasional tercatat sebesar 49,68%, meningkat dari 38,03% pada tahun 2019. Namun, Provinsi Aceh masih menunjukkan angka yang lebih rendah, jika dibandingkan dengan kota lain yakni hanya 32,7%, yang mencerminkan tantangan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pengelolaan

keuangan yang baik. Kondisi ini menandakan perlunya intervensi strategis, terutama di wilayah- wilayah seperti Aceh Barat, guna mendorong peningkatan literasi keuangan yang lebih merata.

Rendahnya tingkat literasi keuangan di Aceh Barat berdampak pada berbagai aspek kehidupan ekonomi masyarakat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 Aceh Barat, sebanyak 42,3% penduduk usia produktif di kabupaten ini belum memiliki akses ke layanan perbankan formal, dan 57,8% masih mengandalkan sistem keuangan informal seperti arisan, rentenir, dan pinjaman keluarga. Hal ini berdampak pada tingginya tingkat kerentanan ekonomi rumah tangga, terutama dalam menghadapi guncangan *Financial*. Survei yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Aceh Barat pada tahun 2023 juga mengungkapkan bahwa 63,5% pelaku UMKM di kabupaten ini mengalami kesulitan dalam mengelola arus kas dan mengakses pembiayaan akibat keterbatasan pemahaman tentang instrumen keuangan. Selain faktor eksternal berupa pengaruh *FIInfluencer* dan faktor pengetahuan berupa literasi keuangan, *Self-Control* atau kemampuan pengendalian diri juga memegang peranan penting dalam menentukan keputusan investasi masyarakat.

Di Indonesia, peran *Self-Control* menjadi semakin penting mengingat tingginya penetrasi media sosial yang sering kali memicu perilaku konsumtif dan investasi impulsif. Data Indonesian Capital Market Institute (ICMI, 2023) mencatat bahwa 73% kerugian investor ritel disebabkan oleh keputusan emosional dan minimnya disiplin investasi. Kondisi ini juga relevan dengan masyarakat Aceh Barat, di mana akses informasi *Financial* yang terbatas membuat sebagian besar investor pemula rentan mengikuti tren tanpa pertimbangan matang.

Di Aceh sendiri, fenomena *FIInfluencer* mulai mendapat perhatian. Otoritas Jasa Keuangan (OJK 2024) telah mengakui potensi ini yang bertujuan untuk melibatkan individu lokal dalam menyebarkan literasi keuangan melalui pendekatan yang sesuai dengan budaya dan konteks setempat. Penelitian juga menunjukkan bahwa kolaborasi antara lembaga keuangan dan *Influencer* yang kredibel dapat meningkatkan efektivitas edukasi keuangan digital. Namun, penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh *Influencer* tersebut akurat dan bertanggung jawab, mengingat pengaruh besar yang mereka miliki terhadap keputusan *Financial* publik.

*Influencer* keuangan di kalangan masyarakat Aceh Barat tidak hanya berasal dari tingkat nasional, tetapi juga muncul dari komunitas lokal. Kondisi ini mencerminkan adanya peluang besar untuk mengoptimalkan peran mereka sebagai agen literasi keuangan yang relevan dengan konteks sosial budaya setempat. Inisiasi seperti program “Saatnya Rakan Jadi *Financial Influencer*” yang digagas oleh OJK Aceh menunjukkan bahwa pendekatan berbasis kedekatan budaya memiliki daya tarik tersendiri dalam menyampaikan pesan-pesan keuangan secara efektif (OJK Aceh, 2023). Selain itu, riset oleh Nugraheni (2022) juga menegaskan bahwa *Influencer* yang memiliki kesamaan latar belakang dengan audiens lebih mampu membangun kepercayaan dan mendorong perubahan perilaku keuangan, terutama di kalangan generasi muda. Dengan demikian, aspek kultural dan pemahaman terhadap dinamika lokal menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas komunikasi keuangan melalui peran *Influencer*.

Masyarakat Aceh Barat memiliki karakteristik sosio-ekonomi dan budaya yang unik. Sebagai bagian dari Provinsi Aceh yang menerapkan syariat Islam, praktik keuangan di Aceh Barat juga sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai keislaman. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Maulida dan Nasution (2021), nilai-nilai keislaman menjadi faktor penting yang memengaruhi pola pengelolaan keuangan

masyarakat Aceh Barat. Selain itu, sebagai daerah yang terletak di pesisir barat Aceh, mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani, nelayan, dan pedagang kecil, dengan pendapatan yang relatif fluktuatif dan tidak menentu. Kondisi ini menciptakan tantangan tersendiri dalam pengelolaan keuangan dan menjadikan literasi keuangan sebagai kebutuhan yang krusial.

Meskipun fenomena *Financial Influencer* telah menjadi perhatian dalam beberapa penelitian, namun masih terdapat kesenjangan pengetahuan mengenai bagaimana dinamika pengaruhnya terhadap literasi keuangan masyarakat di daerah dengan karakteristik sosio-kultural yang khas seperti Aceh Barat. Penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim dan Hasan (2020) di lima kabupaten di Aceh, termasuk Aceh Barat, telah mengidentifikasi bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat masih didominasi pada level menengah ke bawah, dengan faktor pendidikan, pendapatan, dan akses informasi sebagai determinan utama. Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji peran sosial media dan *Influencer* dalam membentuk literasi keuangan masyarakat.

Berdasarkan analisis terdapat gap penelitian yang signifikan dalam bentuk inkonsistensi hasil yang sangat mencolok antara pengaruh literasi keuangan dan *Financial Influencer* terhadap keputusan investasi. Dimana beberapa penelitian menunjukkan pengaruh signifikan sementara penelitian lain menunjukkan tidak berpengaruh pada populasi dan konteks yang berbeda. Lebih kritis lagi, penelitian tentang *Self-Control* sangat minim, padahal dalam teori behavioral finance, *Self-Control* merupakan faktor kunci dalam mengatasi bias kognitif dan emosional investor. Ketidak konsistenan ini menunjukkan belum adanya framework teoritis yang komprehensif yang dapat menjelaskan kapan dan mengapa variabel-variabel tersebut berpengaruh atau tidak, serta tidak ada model integratif yang menggabungkan faktor internal (literasi keuangan, *Self-Control*) dengan faktor eksternal (sosial *Influencer*) dalam satu penelitian yang dapat memberikan pemahaman menyeluruh tentang determinan keputusan investasi di era digital.

Penelitian mengenai pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan investasi masyarakat Aceh Barat menjadi penting untuk dilakukan karena beberapa alasan. Pertama, belum ada penelitian komprehensif yang mengkaji secara simultan pengaruh *Financial Influencer*, literasi keuangan, dan *Self-Control* terhadap keputusan investasi di daerah dengan karakteristik demografis dan geografis seperti Aceh Barat. Kedua, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi masyarakat dapat menjadi dasar bagi pengambil kebijakan dalam merancang program edukasi dan inklusi keuangan yang lebih efektif. Ketiga, hasil penelitian dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori behavioral finance, khususnya dalam konteks masyarakat dengan latar belakang budaya dan ekonomi yang spesifik.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian mengenai pengaruh *Financial Influencer*, literasi keuangan dan *Self-Control* terhadap keputusan investasi masyarakat Aceh Barat menjadi penting dan strategis untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan pengetahuan yang ada, sekaligus memberikan kontribusi praktis dalam upaya peningkatan literasi keuangan masyarakat Aceh Barat melalui pemanfaatan peran *Influencer* di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini mengambil judul "Pengaruh *Financial Influencer*, Literasi Keuangan dan *Self-Control* terhadap keputusan investasi Masyarakat Aceh Barat" untuk mengeksplorasi dan menganalisis dinamika interaksi antara ketiga fenomena penting tersebut dalam konteks lokal yang spesifik.

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Financial Influencer* dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Aceh Barat” dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (independen), yaitu *Financial Influencer* dan literasi keuangan, serta satu variabel terikat (dependen), yaitu keputusan investasi masyarakat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kabupaten Aceh Barat yang memiliki ketertarikan atau pengalaman dalam kegiatan investasi, baik melalui platform digital maupun konvensional. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh simultan maupun parsial antara *Financial Influencer* dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Proses analisis data dilakukan menggunakan software SPSS versi 25, yang mampu mengolah data secara akurat dan efisien untuk menghasilkan output statistik yang mendukung pengambilan kesimpulan.

### Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah kabupaten Aceh Barat. Aceh Barat merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Aceh, Indonesia. Ibu kotanya adalah Meulaboh, yang juga merupakan salah satu kota terbesar di pantai barat Pulau Sumatra. Objek penelitian adalah keputusan investasi masyarakat. Subjek dalam penelitian ini adalah sebagian besar masyarakat yang bertempat di kabupaten Aceh Barat.

### Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Aceh Barat dan telah atau sedang melakukan aktivitas investasi, baik dalam bentuk saham, reksa dana, emas, maupun bentuk investasi lainnya. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Berdomisili di Kabupaten Aceh Barat,
2. Berusia minimal 18 tahun,
3. Memiliki pengetahuan dasar mengenai investasi,
4. Pernah atau sedang melakukan investasi.

Karena jumlah populasi belum diketahui secara pasti, maka ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus cochrane (Sugiyono, 2019).

#### Rumus Cochran:

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot P \cdot P}{e^2}$$

Dengan asumsi:

- Tingkat kepercayaan 95% ( $Z = 1,96$ ),



- Proporsi populasi ( $p = 0,5$ ),
- $q = 1 - p = 0,5$ ,
- Margin of error ( $e$ ) sebesar 10% atau 0,1.

$$n^2 = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,05 \cdot 0,05}{(0,1)^2} \quad n^2 = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \quad n^2 = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Dari hasil perhitungan tersebut, jumlah minimum sampel yang diperoleh adalah 96 responden. Untuk meningkatkan validitas data dan mengantisipasi kemungkinan data yang tidak lengkap atau tidak sesuai, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden.

## METODE ANALISIS DATA

### Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial variabel independen (sosial *Influencer* dan literasi keuangan) terhadap variabel dependen (keputusan investasi). Model regresi linear berganda memiliki bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- $Y$  = Keputusan Investasi
- $a$  = Konstanta
- $b_1, b_2$  = Koefisien regresi
- $X_1$  = Sosial *Influencer*
- $X_2$  = Literasi Keuangan
- $e$  = Error term

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Hipotesis

#### Uji -t (Persial)

**Tabel 1 Hasil Uji -t  
Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.436	.917		-.475	.636
	<i>Financial Influencer</i>	.400	.102	.366	3.935	.000
	Literasi Keuangan	.221	.098	.218	2.240	.027
	<i>Self-Control</i>	.375	.093	.369	4.051	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) pada tabel Coefficients di atas, diperoleh bahwa variabel *Financial Influencer* ( $X_1$ ), Literasi Keuangan ( $X_2$ ), dan *Self-Control* ( $X_3$ ) masing-masing berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi (Sig.) ketiga variabel yang lebih kecil dari 0,05, yaitu *Financial Influencer* (0,000), Literasi Keuangan (0,027), dan *Self-Control* (0,000). Nilai t hitung untuk masing-masing variabel yaitu 3,935, 2,240, dan 4,051, yang semuanya lebih besar dari t tabel (1,985) pada taraf kepercayaan 95%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial setiap variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi individu.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin besar pengaruh *Financial Influencer*, semakin tinggi Literasi Keuangan, dan semakin kuat *Self-Control* seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk mengambil keputusan investasi yang baik. *Financial Influencer* berperan dalam memberikan informasi dan kepercayaan terhadap keputusan investasi melalui konten edukatif di media sosial. Literasi Keuangan membantu individu memahami risiko dan potensi keuntungan dari investasi secara rasional, sedangkan *Self-Control* membantu mengendalikan perilaku impulsif agar keputusan investasi diambil secara hati-hati dan terencana. Dengan demikian, ketiga faktor tersebut terbukti memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan investasi masyarakat.

#### Uji F (Simultan)

**Table 2 Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regress ion	2171.4 05	3	723.802	146. 854	.000 b
	Residua	473.15 5	96	4.929		
	Total	2644.5 60	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

b. Predictors: (Constant), *Self-Control*, *Financial Influencer*, Literasi Keuangan

Berdasarkan hasil uji F (uji simultan) pada tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai Fhitung sebesar 146,854 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari *Financial Influencer* ( $X_1$ ), Literasi Keuangan ( $X_2$ ), dan *Self-Control* ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Investasi ( $Y$ ). Dengan kata lain, ketiga variabel bebas yang digunakan dalam model regresi secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi perubahan yang terjadi pada keputusan investasi responden. Nilai Sum of Squares Regression sebesar 2171,405 juga mengindikasikan bahwa sebagian besar variasi keputusan investasi dapat dijelaskan oleh kombinasi ketiga faktor tersebut.



Hasil ini menegaskan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan signifikan secara statistik, karena variabel independen memiliki pengaruh yang bermakna terhadap variabel dependen. Artinya, *Financial Influencer*, Literasi Keuangan, dan *Self-Control* secara bersama-sama memainkan peran penting dalam membentuk keputusan investasi individu. Temuan ini mendukung teori perilaku keuangan yang menyatakan bahwa keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional seperti literasi keuangan, tetapi juga oleh faktor sosial dan psikologis seperti pengaruh *Influencer* dan kemampuan mengendalikan diri. Dengan demikian, hasil uji F ini memperkuat bukti empiris bahwa ketiga variabel tersebut merupakan determinan utama dalam pengambilan keputusan investasi masyarakat di wilayah penelitian.

### Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Table 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.906 <sup>a</sup>	.821	.815	2.220

a. Predictors: (Constant), *Self-Control*, *Financial Influencer*, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada tabel Model Summary di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,821 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,815. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 82,1% perubahan pada variabel dependen (Keputusan Investasi) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, yaitu *Financial Influencer* (X<sub>1</sub>), Literasi Keuangan (X<sub>2</sub>), dan *Self-Control* (X<sub>3</sub>). Sementara sisanya sebesar 17,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini, seperti faktor pendapatan, pengalaman investasi, atau kondisi ekonomi makro. Nilai R sebesar 0,906 juga menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen secara bersama-sama terhadap keputusan investasi.

Hasil tersebut menegaskan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan prediktif yang sangat baik dalam menjelaskan perilaku pengambilan keputusan investasi responden. Artinya, semakin kuat pengaruh *Financial Influencer*, semakin tinggi tingkat literasi keuangan, dan semakin baik kemampuan *Self-Control* seseorang, maka semakin besar pula kemungkinan individu membuat keputusan investasi yang rasional dan terarah. Dengan nilai determinasi yang tinggi ini, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara empiris merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan investasi masyarakat dalam konteks penelitian ini.

## Pembahasan

### 1. Hubungan *Financial Influencer* Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Aceh Barat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Financial Influencer* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi masyarakat Aceh Barat, yang berarti semakin kuat pengaruh *Financial Influencer*, semakin tinggi pula kecenderungan individu dalam mengambil keputusan investasi. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan *Influencer* keuangan di media sosial berperan penting dalam membentuk minat dan keyakinan masyarakat untuk berinvestasi. Fenomena ini memperlihatkan bahwa masyarakat Aceh Barat mulai mempercayai informasi dan rekomendasi yang disampaikan oleh *Influencer* keuangan sebagai dasar pertimbangan dalam memilih instrumen investasi yang dianggap menguntungkan. Hasil ini selaras dengan penelitian Yunita dan Nugroho (2021) yang menemukan bahwa *Influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi karena mampu menyajikan informasi keuangan dengan gaya yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat umum.

Selain itu, pengaruh signifikan tersebut menunjukkan bahwa faktor sosial digital, khususnya media sosial, kini menjadi salah satu saluran utama penyebaran edukasi dan informasi keuangan. Para *Influencer* keuangan dinilai mampu menumbuhkan rasa percaya diri, meminimalkan ketakutan terhadap risiko, serta meningkatkan pengetahuan investasi masyarakat melalui pengalaman dan testimoni yang mereka bagikan. Hal ini relevan dengan pandangan Sari dan Rahman (2022) yang menjelaskan bahwa kehadiran *Influencer* di media sosial tidak hanya berperan sebagai komunikator, tetapi juga sebagai fasilitator pembentukan perilaku keuangan yang rasional melalui pengaruh sosial dan emosional yang kuat. Dengan demikian, keberadaan *Influencer* mampu membentuk persepsi positif masyarakat terhadap investasi, khususnya di kalangan generasi muda Aceh Barat yang aktif mengikuti tren digital.

Dari sisi teoritis, hasil ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam konteks penelitian ini, kehadiran *Financial Influencer* membentuk norma sosial baru dan meningkatkan keyakinan individu bahwa berinvestasi adalah tindakan yang positif dan dapat dikendalikan. Artinya, semakin sering masyarakat terekspos oleh konten edukatif dari *Influencer* yang kredibel, semakin besar pula peluang mereka untuk mengambil keputusan investasi yang bijak. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wulandari dan Prasetyo (2023) yang menunjukkan bahwa kredibilitas dan keahlian *Influencer* memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan partisipasi investasi masyarakat melalui pembentukan sikap positif terhadap aktivitas keuangan.

### 2. Hubungan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Aceh Barat

Hasil Penelitian di atas menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengambil keputusan investasi yang rasional dan terarah. Masyarakat Aceh Barat yang memiliki pemahaman baik mengenai konsep dasar keuangan, risiko, dan keuntungan investasi cenderung lebih berani untuk berinvestasi secara bijak. Hal ini sejalan dengan temuan Lusardi dan Mitchell (2014) yang menyatakan bahwa literasi keuangan yang baik membantu individu membuat keputusan keuangan yang tepat, termasuk dalam memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan dan toleransi risiko mereka.

Temuan penelitian ini juga memperlihatkan bahwa pengetahuan dan pemahaman keuangan menjadi faktor penting yang mendorong masyarakat untuk tidak hanya menabung, tetapi juga mengalokasikan sebagian pendapatannya pada investasi yang produktif. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin besar pula kemampuannya dalam menganalisis informasi *Financial*, memahami potensi keuntungan, serta meminimalkan risiko kerugian. Kondisi ini memperkuat penelitian Herdjiono dan Damanik (2016) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku investasi karena individu yang memahami manajemen keuangan lebih mampu mengatur pendapatan dan menempatkannya pada instrumen investasi yang menguntungkan.

Selain itu, hasil ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap tindakan tersebut. Dalam konteks ini, literasi keuangan berperan dalam membentuk sikap positif dan meningkatkan rasa percaya diri individu untuk berinvestasi karena mereka memiliki pemahaman yang cukup mengenai manfaat dan risiko investasi. Hasil ini konsisten dengan penelitian Rahmawati dan Ningsih (2022) yang menyimpulkan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi memiliki kecenderungan lebih besar untuk berinvestasi secara sadar dan terencana, karena keputusan mereka didasarkan pada pengetahuan, bukan sekadar ikut-ikutan atau pengaruh lingkungan sosial.

### 3. Hubungan *Self-Control* Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Aceh Barat

Hasil yang di dapat dari penelitian di atas menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengendalian diri seseorang, maka semakin baik pula kemampuan mereka dalam membuat keputusan investasi yang rasional. Individu dengan *Self-Control* yang baik mampu menahan dorongan emosional, bersikap konsisten terhadap tujuan *Financial*, dan tidak mudah tergoda oleh tren investasi jangka pendek yang berisiko tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Tangney, Baumeister, dan Boone (2004) yang menyatakan bahwa *Self-Control* berperan penting dalam membantu individu mengatur perilaku dan emosi agar tetap sesuai dengan tujuan jangka panjang, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan investasi.

Temuan ini juga memperlihatkan bahwa masyarakat Aceh Barat yang memiliki tingkat pengendalian diri yang tinggi lebih mampu menyaring informasi sebelum mengambil keputusan investasi. Mereka cenderung berpikir rasional, mempertimbangkan risiko dengan matang, serta tidak mudah terbuju oleh faktor eksternal seperti ajakan teman atau tren media sosial. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Puspita dan Rahmawati (2020) yang menjelaskan bahwa individu dengan *Self-Control* tinggi memiliki kecenderungan untuk berinvestasi dengan lebih hati-hati karena mereka dapat mengontrol perilaku konsumtif dan lebih fokus pada tujuan *Financial* jangka panjang. Dengan demikian, *Self-Control* menjadi faktor psikologis penting yang membantu investor tetap rasional di tengah dinamika pasar dan informasi digital yang terus berkembang.

Dari sisi teoritis, hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, *Self-Control* berperan sebagai bentuk kontrol perilaku internal yang memungkinkan individu mengelola niat dan tindakan investasi secara terarah. Seseorang dengan kontrol diri yang baik tidak hanya mengikuti tren atau pengaruh lingkungan, tetapi mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan logis dan tujuan keuangan pribadi. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian

Wulandari dan Prasetyo (2023) yang menemukan bahwa *Self-Control* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi karena individu yang mampu mengendalikan diri lebih konsisten dan disiplin dalam mengelola keuangan serta mengalokasikan dana pada instrumen investasi yang produktif.

#### 4. Hubungan *Financial Influencer*, Literasi Keuangan, dan *Self-Control* Simultan Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Aceh Barat

Berdasarkan hasil uji membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat dipercaya untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas terhadap keputusan investasi masyarakat Aceh Barat. Artinya, ketiga faktor tersebut secara simultan berperan penting dalam membentuk perilaku dan keputusan investasi, di mana peran *Influencer* memberikan dorongan sosial, literasi keuangan memberikan dasar pengetahuan, dan *Self-Control* memberikan pengendalian psikologis dalam pengambilan keputusan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Herdjiono dan Damanik (2016) yang menjelaskan bahwa keputusan keuangan seseorang dipengaruhi oleh kombinasi antara faktor kognitif (pengetahuan keuangan) dan faktor psikologis (kontrol diri dan pengaruh lingkungan sosial).

Hasil uji simultan ini juga didukung oleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,821, yang berarti 82,1% variasi keputusan investasi dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara 17,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti pendapatan, pengalaman investasi, atau kondisi ekonomi makro. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas memberikan kontribusi besar terhadap pembentukan keputusan investasi masyarakat Aceh Barat. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku investasi bukan hanya ditentukan oleh pengetahuan keuangan semata, tetapi juga oleh kepercayaan terhadap sumber informasi dan kemampuan individu dalam mengontrol diri saat mengambil keputusan *Financial*. Sejalan dengan penelitian Sari dan Wulandari (2023), faktor sosial, pengetahuan keuangan, dan kontrol diri merupakan elemen penting yang secara simultan membentuk perilaku investasi rasional di era digital.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menjelaskan bahwa perilaku individu, termasuk keputusan investasi, dipengaruhi oleh kombinasi antara sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, *Financial Influencer* membentuk norma sosial dan sikap positif terhadap investasi, literasi keuangan memperkuat keyakinan dan pemahaman rasional, sedangkan *Self-Control* berfungsi sebagai mekanisme pengendalian diri dalam mengeksekusi keputusan. Ketiganya bekerja secara sinergis dalam membentuk perilaku investasi yang lebih terencana dan cerdas. Sejalan dengan penelitian Widyastuti dan Nugroho (2022), pengaruh simultan faktor sosial, kognitif, dan psikologis memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan keuangan individu, karena seseorang yang memiliki literasi baik, mampu mengendalikan diri, dan mendapat pengaruh positif dari lingkungan sosial akan lebih rasional dalam berinvestasi.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Financial Influencer* ( $X_1$ ), Literasi Keuangan ( $X_2$ ), dan *Self-Control* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Investasi ( $Y$ ) masyarakat Aceh Barat, baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan pengujian asumsi klasik, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

### 1. Pengaruh *Financial Influencer* terhadap Keputusan Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Financial Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi masyarakat Aceh Barat dengan nilai  $t$  hitung sebesar 3,935 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan dan ketertarikan masyarakat terhadap *Influencer* keuangan di media sosial, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk melakukan investasi. *Influencer* berperan penting dalam memberikan informasi, motivasi, serta membentuk persepsi positif masyarakat terhadap aktivitas investasi melalui konten edukatif yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan keuangan individu.

### 2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Variabel Literasi Keuangan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi dengan nilai  $t$  hitung sebesar 2,240 dan signifikansi sebesar  $0,027 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang terhadap konsep keuangan dan investasi, semakin baik pula kualitas keputusan yang diambil. Individu dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu menganalisis risiko, mengatur keuangan pribadi, serta menempatkan dana pada instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan *Finansialnya*.

### 3. Pengaruh *Self-Control* terhadap Keputusan Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Self-Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi masyarakat Aceh Barat dengan nilai  $t$  hitung sebesar 4,051 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya, kemampuan individu dalam mengendalikan diri berperan penting dalam menentukan keputusan investasi yang rasional. Masyarakat dengan *Self-Control* tinggi cenderung tidak mudah terpengaruh oleh emosi atau tren sesaat dan lebih fokus pada tujuan keuangan jangka panjang.

### 4. Pengaruh *Financial Influencer*, Literasi Keuangan, dan *Self-Control* secara Simultan terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji  $F$  diperoleh nilai  $F$  hitung sebesar 146,854 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi masyarakat Aceh Barat. Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,821 menunjukkan bahwa 82,1% variasi keputusan investasi dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara 17,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial melalui *Influencer*, pengetahuan *Finansial*, serta kemampuan mengendalikan diri memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk keputusan investasi masyarakat.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, tepat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan penelitian dan penerapan hasilnya di masa mendatang.



#### 1. Perluasan variabel penelitian.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, seperti perilaku keuangan, efikasi diri, atau faktor sosial ekonomi, agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dalam menjelaskan keputusan investasi masyarakat.

#### 2. Penggunaan metode analisis yang lebih variatif.

Penelitian mendatang dapat menggunakan pendekatan analisis yang lebih kompleks seperti SEM (Structural Equation Modeling) agar hubungan antar variabel dapat dijelaskan secara lebih mendalam dan akurat.

#### 3. Peningkatan kualitas data dan cakupan responden.

Peneliti di masa depan diharapkan dapat memperluas jumlah serta wilayah responden agar hasil penelitian lebih representatif dan mampu menggambarkan kondisi masyarakat yang lebih luas.

#### 4. Implikasi praktis bagi pemerintah dan masyarakat.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat dalam meningkatkan literasi keuangan serta memperkuat pengendalian diri agar keputusan investasi lebih rasional dan produktif.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abudurexiti, A., Adkins, S., Alioto, D., Alkhovsky, S. V., Avšič-Županc, T., Ballinger, A., Aini, N., Wijonarko, G., & Sustriawan, B. (2016). Sifat Fisik, Kimia, Dan Fungsional Tepung Jagung Yang Diproses Melalui Fermentasi. *Agritech*, 36(2), 160–169.
- Ainia, D. K. (2020). Merdeka Belajar Dalam Pandangan Ki Hadjar Dewantara Dan Relevansinya Bagi Pengembangan Pendidikan Karakter. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 3(3), 95–101.
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akbar, F., & Fahmi, I. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(1), 62–81.
- Al Tuffahati, T., Latif, I. R., Arifa, S., & Mardhatillah, M. (2023). Evaluasi Pilihan Pemerintah Untuk Mengatasi Pengangguran Sarjana Dan Meningkatnya Kemiskinan Di Aceh Barat. *Journal Of Government Science (Govsci): Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 8–16.
- Al Umar, A. U. A., & Savitri, A. S. N. (2020). Analisis Pengaruh Roa, Roe, Dan Eps Terhadap Harga Saham. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 4(1), 15–33.
- Anastasya Fauzianti, R. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9, 33–34.
- Anggarani, N. K. D. M. (2022). Financial Literacy, Risk Tolerance, Return, And Interest In Student Investment Decisions. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(2), 75–83.
- Anisa, F., Prawoto, I., & Sunarya, F. R. (2023). Implementasi Akad Murabahah Pada Produk Pembiayaan Di Lembaga Keuangan Non-Bank (Studi Kasus Bmt Cahaya Kebajikan). *Eksisbank: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 7(1), 80–97.
- Apjii. (2014). *Profil Pengguna Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.



- Ariesta, F. (2015). Pengaruh Jumlah Anggota Dan Simpanan Anggota Terhadap Peningkatan Sisa Hasil Usaha (Shu) Pada Pkp-Ri (Pusat Koperasi Pegawai Republik Indonesia) Provinsi Sumatera Barat. *Economica: Journal Of Economic And Economic Education*, 2(2), 116–125.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Barat. (2023). *Kabupaten Aceh Barat Dalam Angka 2023*. Bps Kabupaten Aceh Barat.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers On Instagram: Antecedents And Consequences Of Opinion Leadership. *Journal Of Business Research*, 117, 510–519.
- Datareportal. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Datareportal. <https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2023-Indonesia>
- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing Through Instagram Influencers: The Impact Of Number Of Followers And Product Divergence On Brand Attitude. *International Journal Of Advertising*, 36(5), 798–828.
- Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Kabupaten Aceh Barat. (2023). *Laporan Kondisi Literasi Keuangan Dan Akses Pembiayaan Umkm Aceh Barat*. Dinas Koperasi Dan Umkm Kabupaten Aceh Barat.
- Djafarova, E., & Bowes, T. (2021). “Instagram Made Me Buy It”: Generation Z Impulse Purchases In The Fashion Industry. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 59, 102345.
- Fauzianti, K., & Retnosari, D. (2022). Pengaruh Influencer Terhadap Minat Investasi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 14(2), 112–120.
- Freberg, K., Graham, K., Mcgaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who Are The Social Media Influencers? A Study Of Public Perceptions Of Personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92.
- Gottfredson, M. R., & Hirschi, T. (1990). *A General Theory Of Crime*. Stanford University Press.
- H. (2017). Endothelial Stat3 Activation Increases Vascular Leakage Through Downregulating Tight Junction Proteins: Implications For Diabetic Retinopathy. *Journal Of Cellular Physiology*, 232(5), 1123–1134.
- Hasanah, N., Pratama, M., & Wijaya, D. (2025). Exploring The Characteristics Of Top Financial Influencers In Indonesia And Public Perceptions Of Their Credibility. *Journal Of Behavioral And Experimental Finance*, 45(2), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2025.100987>
- Hendarto, K., Anastasia, N., & Basana, S. R. (2021). The Effect Of Financial Literacy, Financial Risk Tolerance, And Financial Socialization Agents On Stock Investment Decision In The Millennial Generation. *International Journal Of Business Studies*, 5(1), 42–53.
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 226–241. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3074>
- Hijir, P. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Financial Technology (Fintech) Sebagai Variabel Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(1), 147–156.
- Hofmann, W., Schmeichel, B. J., & Baddeley, A. D. (2019). Self-Control And The Brain: Dual Systems And Their Interactions. *Psychological Review*, 126(5), 1–25. <https://doi.org/10.1037/rev0000181>
- Hutchinson, P. J., Edlmann, E., Bulters, D., Zolnourian, A., Holton, P., Suttner, N., & Kolias, A. G. (2020). Trial Of Dexamethasone For Chronic Subdural Hematoma. *New England Journal Of Medicine*, 383(27), 2616–2627.
- Indonesian Capital Market Institute. (2023). *Perilaku Investor Ritel Indonesia: Dampak Keputusan Emosional Dan Disiplin Investasi*. Indonesian Capital Market Institute.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast And Slow*. Farrar, Straus And Giroux.

- Keuangan, Otoritas Jasa. (2013). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Lin, X., Liu, S., Zhang, X., Zhu, R., Chen, S., Chen, X., & Yang, H. (2020). An Ultrasound Activated Vesicle Of Janus Au–Mno Nanoparticles For Promoted Tumor Penetration And Sono-Chemodynamic Therapy Of Orthotopic Liver Cancer. *Angewandte Chemie*, 132(4), 1699–1705.
- Ljungberg, B., Albiges, L., Abu-Ghanem, Y., Bensalah, K., Dabestani, S., Fernández-Pello, S., & Bex, A. (2019). European Association Of Urology Guidelines On Renal Cell Carcinoma: The 2019 Update. *European Urology*, 75(5), 799–810.
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer Marketing: How Message Value And Credibility Affect Consumer Trust Of Branded Content On Social Media. *Journal Of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance Of Financial Literacy: Theory And Evidence. *Journal Of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/Jel.52.1.5>
- Maes, P., Alkhovsky, S. V., Bào, Y., Beer, M., Birkhead, M., Briese, T., ... Kuhn, J. H. (2019). Taxonomy Of The Order *Bunyavirales*: Update 2019. *Archives Of Virology*, 164, 1949–1965.
- Martaningrat, D. A., & Kurniawan, M. R. (2024). The Impact Of Financial Influencers, Social Influencers, And Fomo Economy On Investment Decision-Making Of Millennial And Gen Z Investors In Indonesia. *Researchgate Preprint*, 1–10. <https://www.researchgate.net/publication/382872320>
- Mohamed, M. H., Khafagy, M. H., & Ibrahim, M. H. (2020). Two Recommendation System Algorithms Using Svd And Association Rule On Implicit And Explicit Data Sets. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 9(1), 17–24.
- Muizzuddin, M., Tandelilin, E., Hanafi, M. M., & Setiyono, B. (2021). Does Institutional Quality Matter In The Relationship Between Competition And Bank Stability? Evidence From Asia. *Journal Of Indonesian Economy And Business*, 36(3), 283–301.
- Muryanto, Y. T., Kharisma, D. B., & Ciptorukmi Nugraheni, A. S. (2022). Prospects And Challenges Of Islamic Fintech In Indonesia: A Legal Viewpoint. *International Journal Of Law And Management*, 64(2), 239–252.
- Nasution, N. H. M., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Eva Fashion Desa Petumbukan Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(2), 150–158.
- Nugraha, R. K., Eksanti, A. P., & Haloho, Y. O. (2023). Influence Of Financial Literacy And Financial Behavior On Investment Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimb)*, 9(2), 112–120.
- Nurhayati, A., & Harianti, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z Kota Dki Jakarta. *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 10–22.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (Snlik) 2022*. Otoritas Jasa Keuangan.
- P. K. G. S. (2024). Study Of Medicinal Properties Of Goat Milk On Physiological Disorders In Human Beings At Dausa District, Rajasthan. *Cuestiones De Fisioterapia*, 53(3), 644–651.
- Peng, W. Q., Pu, J. C., & Chen, Y. (2022). Pinn Deep Learning Method For The Chen–Lee–Liu Equation: Rogue Wave On The Periodic Background. *Communications In Nonlinear Science And Numerical Simulation*, 105, 106067.
- Pratama, P. (2021). Pengaruh Parasocial Interaction Pada Minat Pembelian. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 7(4), 123–132.
- Purwati, P., & Sagantha, F. (2022). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Dengan Non-Performing Financing (Npf) Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(1), 290–311.

- Puspita, D. A., & Rahmawati, I. (2020). Pengaruh Kontrol Diri Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 995–1006. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p995-1006>
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 210–224.
- Rahmawati, S., & Ningsih, D. R. (2022). Literasi Keuangan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi Generasi Muda Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Kontemporer*, 3(2), 45–56.
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case For A Clearer Definition In An Increasingly Complex Economy. *Journal Of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295.
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319–332.
- Sari, N. D., & Rahman, A. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Peran Influencer Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 12(1), 55–67.
- Sari, R. M., & Wulandari, E. (2023). Faktor Sosial, Literasi Keuangan, Dan Self-Control Terhadap Perilaku Investasi Masyarakat Digital. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 15(2), 101–115.
- Sawin, J. L., Sverrisson, F., Seyboth, K., Adib, R., Murdock, H. E., Lins, C., & Martinot, E. (2016). *Renewables 2016 Global Status Report*. Renewable Energy Policy Network For The 21st Century (Ren21).
- Setyawan, A. (2025). The Influence Of Credible Financial Influencers, Financial Literacy, And Self-Efficacy On Investment Decision-Making Among Generation Z. *Ilmu Data Journal*, 3(1), 55–66. <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/riggs/article/view/1823>
- Sidiq, A. W., Niati, A., Rizkiana, C., & Soedarmadi, S. (2020). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Dengan Memanfaatkan Limbah Pohon Pisang. *Jurnal Surya Masyarakat*, 2(2), 110–114.
- Sidiq, R., & Niati, A. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Dan Sikap Individu Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 45–58.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio Dan Investasi: Teori Dan Aplikasi*. Kanisius.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, And Interpersonal Success. *Journal Of Personality*, 72(2), 271–324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>
- Utami, R., & Rijanto, A. (2024). Impact Of Influencer Trustworthiness And Financial Literacy On Herding Behavior With Risk Perception As A Mediating Variable Of Indonesian Millennial Investors. *Researchgate Preprint*, 1–15. <https://www.researchgate.net/publication/377493408>
- Viantara, A., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2020). The Effect Of Financial Literacy On Investment Decision (Study Case On Students Of Faculty Of Economy And Business At Sam Ratulangi University). *Jurnal Emba*, 8(4), 1238–1248.
- Wahyudi, A. K., Azizah, N., & Saputro, H. (2022). Data Mining Klasifikasi Kepribadian Siswa Smp Negeri 5 Jepara Menggunakan Metode Decision Tree Algoritma C4.5. *Journal Of Information System And Computer*, 2(2), 8–13.
- Wahyuni, U. S., & Setiawati, R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Provinsi Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(4), 164–175.
- Wicaksono, A. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pengantar Ringkas*.

- Widyaningrum, R., & Susilarini, T. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Efikasi Diri Dengan Prokrastinasi Akademik Pada Siswa Kelas Xi Smit Raflesia Depok. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 1–6.
- Widyastuti, D., & Nugroho, R. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Kognitif, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Keuangan Individu. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 20(1), 75–88.
- Wulandari, S., & Prasetyo, A. D. (2023). Kredibilitas Influencer Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Investasi Masyarakat Digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Digital*, 5(1), 12–25.
- Yunita, A., & Nugroho, R. (2021). Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Milenial Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 4(2), 89–102.
- Zanesty, R., & Rayhan, A. (2022). Analisis Pengaruh Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Masyarakat Indonesia Dalam Pembelian Cryptocurrency. *Majalah Bisnis Dan Iptek*, 15(1).