



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Financial Well-Being* pada Pengguna Aplikasi Investasi

Khalisa Azalia¹, Osly Usman², Inkreswari Retno Hardini³

Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta^{1,2,3}

*Email Korespodensi: khalisaazalia1@gmail.com

Diterima: 12-07-2026 | Disetujui: 18-07-2026 | Diterbitkan: 20-07-2026

ABSTRACT

Advances in financial technology have sparked a surge in interest in digital investing, but they have also raised concerns among users regarding transaction issues and the risk of asset depreciation. This study aims to determine how social trust, social networks, financial knowledge, and financial attitudes influence financial well-being among users of the Ajaib investment app. The research employed a quantitative method using purposive sampling, targeting individuals residing or working in the Greater Jakarta area (Jabodetabek), aged 17 to 45 years, and who are active users who have invested via the Ajaib app at least once. All collected primary data were then processed and analyzed using SPSS through several testing stages, such as validity testing, reliability testing, classical assumption testing, and multiple linear regression analysis. The research results simultaneously indicate that these variables have a positive and significant influence on users' financial well-being. Partially, each independent variable was also found to have a positive and significant effect.

Keywords: financial well-being, social trust, social networks, financial knowledge, financial attitude

ABSTRAK

Perkembangan financial technology yang memicu tingginya minat investasi digital, namun masih menyisakan masalah berupa kecemasan pengguna saat menghadapi kendala transaksi dan risiko penurunan aset. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari social trust, social networks, financial knowledge, dan financial attitude terhadap financial well-being pada pengguna aplikasi investasi Ajaib. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling, yaitu masyarakat yang tinggal ataupun bekerja di wilayah Jabodetabek, berusia minimal 17 sampai 45 tahun, dan merupakan pengguna aktif yang pernah berinvestasi di aplikasi Ajaib minimal satu kali. Seluruh data primer yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS melalui beberapa tahap pengujian, seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam menjelaskan kondisi financial well-being pengguna. Secara parsial, setiap variabel independen juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: *financial well-being, social trust, social networks, financial knowledge, financial attitude*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Azalia, K., Usman, O. & Hardini, I. R. ., (2026). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Financial Well-Being Pada Pengguna Aplikasi Investasi. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia, 2(2), 3586-3600. <https://doi.org/10.63822/cwryb866>

PENDAHULUAN

Hadirnya teknologi keuangan atau *financial technology (fintech)* di Indonesia benar-benar mengubah cara masyarakat dalam berinvestasi. Salah satu platform digital yang punya pengguna sangat banyak adalah Ajaib.



Gambar 1 Artikel Tentang Ajaib sebagai Platform Investasi Digital
(Sumber: Laman Resmi Ajaib, 2023)

Aplikasi ini disukai karena membuat investasi jadi jauh lebih praktis. Lewat gawai atau *smartphone*, masyarakat bisa berinvestasi dengan cepat dan mudah tanpa perlu repot datang ke kantor lembaga keuangan fisik. Popularitas Ajaib terbukti dari jumlah unduhannya yang sudah lebih dari lima juta kali di Google Play Store. Hal ini didukung oleh banyaknya fitur di dalam aplikasi, seperti analisis pasar secara *real-time*, notifikasi pergerakan harga, laporan riset, rekomendasi berbasis data, hingga menu belajar untuk pemula di Ajaib *Learn* dan kamus investasi.

Selain aplikasi yang mudah digunakan, *social trust* dari pengguna juga sangat penting dalam bisnis investasi digital. Ajaib mencoba membangun kepercayaan ini dengan membuat forum diskusi bersama komunitas pengguna sebagai tempat komunikasi dua arah yang transparan (CNBC Indonesia, 2025). Di sisi lain, minat masyarakat untuk mulai berinvestasi juga banyak dipengaruhi oleh *social networks*, contohnya lewat para *influencer* yang sering membagikan strategi dan pengalaman investasi mereka di media sosial (CNBC Indonesia, 2021). Namun, urusan investasi tidak hanya soal pengaruh luar, tapi juga soal kemampuan dari dalam diri pengguna sendiri, yaitu *financial knowledge* dan *financial attitude*. Melalui program edukasi literasi pasar modal, Ajaib selalu mengingatkan pentingnya pengetahuan keuangan agar pengguna paham risiko dan tidak asal membeli aset (detikFinance, 2025). Sayangnya, pada kenyataannya, banyak orang mengambil keputusan karena ikut-ikutan tren atau emosi semata, yang sering disebut fenomena *fear of missing out (FOMO)*. Di sinilah *financial attitude* berperan penting, di mana kemampuan mengelola emosi dan menyikapi risiko akan sangat menentukan apakah performa keuangan pengguna berakhir baik atau buruk. Semua faktor inilah yang diduga kuat memengaruhi tingkat *financial well-being* para pengguna aplikasi investasi.

Meski menawarkan banyak kemudahan, fakta di lapangan menunjukkan adanya masalah nyata yang dialami pengguna. Dari ulasan di Google Play Store, aspek *social trust* sempat terganggu pada tahun 2025 karena adanya oknum yang menyalahgunakan fitur komunitas untuk menyebarkan nomor WhatsApp palsu dan melakukan penipuan. Dari sisi *social networks*, ulasan tahun 2026 menunjukkan keluhan pengguna yang merasa interaksi di dalam aplikasi terlalu sepi. Masalah *financial knowledge* dan *financial*

attitude juga terlihat jelas ketika banyak investor pemula mengaku "kejebak" hingga asetnya turun sampai belasan persen karena tidak paham risiko dan langsung panik saat pasar sedang lesu. Bahkan, urusan *financial well-being* juga ikut terganggu akibat kendala teknis, seperti dana yang lambat dicairkan padahal pengguna sedang butuh uang mendesak pada hari itu juga.

Jika melihat penelitian-penelitian terdahulu, faktor sosial dan faktor keuangan biasanya masih dibahas secara terpisah. Subjek penelitiannya pun kebanyakan masih berfokus pada pelaku UMKM atau pekerja muda secara umum, seperti penelitian oleh Laila et al. (2025) dan Aliah et al. (2024), sehingga belum banyak melihat sudut pandang pengguna aplikasi investasi sebagai investor aktif. Penelitian tentang *financial attitude* pada aplikasi *fintech* juga masih jarang dilakukan, padahal faktor ini terbukti memengaruhi *financial well-being* pada pekerja muda (Lavonda et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian yang menggabungkan *social trust*, *social networks*, *financial knowledge*, dan *financial attitude* secara bersamaan untuk melihat dampaknya pada *financial well-being* masih sangat terbatas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian dengan judul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Financial Well-Being Pada Pengguna Aplikasi Investasi**" ini dibuat untuk menjawab pertanyaan apakah *social trust*, *social networks*, *financial knowledge*, dan *financial attitude*, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh terhadap *financial well-being* pengguna aplikasi Ajaib. Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari masing-masing faktor tersebut dan diharapkan bisa menambah referensi ilmiah di bidang bisnis digital serta perilaku keuangan di Indonesia. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat agar lebih bijak dan sadar risiko dalam berinvestasi, menjadi bahan evaluasi bagi manajemen Ajaib untuk memperbaiki fitur serta transparansi informasi, dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengembangkan topik teknologi keuangan ini.

KAJIAN TEORI

Social Capital Theory

Social Capital Theory yang dikembangkan oleh Putnam (2000) memandang bahwa hubungan sosial antar-individu merupakan sumber daya bernilai yang lahir dari *social network*, *trust*, dan *reciprocity*. Dalam teori ini, *social network* berfungsi sebagai jalur distribusi informasi, sedangkan *social trust* menjadi penghubung yang menekan risiko interaksi. Laila et al. (2025) menegaskan bahwa kondisi keuangan seseorang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan sosialnya karena faktor tersebut berkontribusi dalam membentuk *financial well-being*. Teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana *social trust* dan *social networks* dari ekosistem digital dapat menumbuhkan keyakinan pengguna dalam mengambil keputusan finansial. Meski demikian, faktor internal individu seperti *financial knowledge* sebagai dasar pemahaman konsep (Yulistiyani et al., 2023) dan sikap keuangan *financial attitude* dalam mengelola emosi dan risiko (Gea, 2024) juga turut menentukan keputusan investasi yang diambil.

Hubungan Antar-Variabel dan Pengembangan Indikator

Financial well-being (FWB) mencerminkan penilaian personal individu terhadap kondisi keuangannya, yang berkaitan dengan kemampuan mengelola dana dan mempertahankan gaya hidup secara berkelanjutan (Mustapa & Fikri, 2025). Mengacu pada Amelinda et al. (2025), FWB dalam penelitian ini

diukur melalui lima indikator utama: kepuasan keuangan, kecukupan finansial, keamanan dana, ketersediaan dana sisa, dan pengaruh keuangan terhadap hidup.

Variabel pertama yang memengaruhi adalah *social trust* (ST), yaitu tingkat kepercayaan individu terhadap orang lain atau lingkungan sosialnya sebagai sumber informasi, rekomendasi, dan dukungan dalam proses pengambilan keputusan investasi (Aliah et al., 2024). Berdasarkan konsep Laila et al. (2025), indikator ST dalam penelitian ini meliputi: keyakinan pada orang lain (*confidence in others*), keandalan (*reliability*), dukungan & kerja sama (*support & cooperation*), kejujuran (*honesty*), dan keterpercayaan (*trustworthiness*).

Variabel kedua adalah *social networks* (SN) yang merujuk pada jaringan hubungan sosial yang berfungsi sebagai media pertukaran informasi, pandangan, dan pengalaman antar-individu dalam proses pengambilan keputusan investasi (Hidzir et al., 2023). Mengacu pada Laila et al. (2025), indikator SN terdiri dari empat poin: kualitas hubungan, kedekatan hubungan, kemampuan melakukan diskusi, dan kemampuan individu untuk meminta saran.

Variabel ketiga, *financial knowledge* (FK), merupakan tingkat penguasaan individu atas teori dan produk keuangan yang dipakai untuk menakar risiko serta peluang secara rasional sebelum menanamkan modal (Gea, 2024). Berdasarkan Assyarofi et al. (2024), indikator FK meliputi: dasar keuangan pribadi (*basic personal finance*), manajemen uang (*money management*), manajemen kredit dan utang (*credit and debt management*), menabung dan investasi (*saving and investment*), serta manajemen risiko (*risk management*).

Variabel keempat, *financial attitude* (FA), adalah sikap, pandangan, dan keyakinan individu terhadap uang dan pengelolaan keuangan yang memengaruhi cara individu mengevaluasi risiko, mengelola keuangan, serta mengambil keputusan investasi (Agustine & Widjaja, 2021). Mengacu pada Aprilianto et al. (2024), indikator FA mencakup lima dimensi: *power-prestige*, *retention time*, *distrust*, *quality*, dan *anxiety*.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini menysasar responden Generasi Z dan Milenial pengguna aplikasi Ajaib yang berdomisili dan beraktivitas di Jabodetabek. Penelitian ini akan dilaksanakan pada Februari - Juni 2026.

Desain Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis hubungan antar-variabel secara statistik. Menurut Sugiyono (2023), pendekatan kuantitatif berfokus pada proses pengukuran yang terencana mulai dari pengumpulan hingga analisis data agar kesimpulan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama yang disebarkan kepada responden yang memenuhi karakteristik sampel penelitian.

Populasi dan Sampel

Merujuk pada teori dari Sugiyono (2023), populasi diartikan sebagai keseluruhan kelompok, individu, atau objek yang memiliki spesifikasi serta karakteristik tertentu yang dipilih untuk dianalisis. Di sisi lain, sampel dipahami sebagai sebagian dari anggota populasi yang diambil guna merepresentasikan sifat kelompok besarnya sebagai basis utama dalam merumuskan kesimpulan riset.

Pemilihan sampel didasarkan pada keterbatasan untuk mengobservasi seluruh elemen populasi yang total riilnya tidak dapat diidentifikasi secara pasti. Oleh sebab itu, metode yang diterapkan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Sejalan dengan pandangan Sugiyono (2023), *purposive sampling* merupakan metode penentuan sampel dengan merumuskan batasan kriteria spesifik terlebih dahulu agar partisipan yang terjaring bersifat relevan dan mampu mewakili kondisi populasi.

Penentuan rentang usia didasarkan pada data KSEI (2025) dan Pradhana (2025) yang menunjukkan bahwa kelompok Generasi Z dan Milenial merupakan profil investor paling aktif dan mendominasi pasar modal di Indonesia saat ini. Kriteria responden yang ditetapkan adalah:

1. Pernah berinvestasi menggunakan aplikasi Ajaib minimal satu kali,
2. Berdomisili atau beraktivitas di wilayah Jabodetabek,
3. Berusia antara 17 hingga 45 tahun (merepresentasikan Generasi Z dan Milenial).

Ukuran sampel ditentukan berdasarkan pedoman Hair et al. (2010), di mana besaran sampel ideal untuk model multivariat berkisar antara 100 sampai 200 responden, dengan batas paling sedikit yaitu 5 hingga 10 kali lipat dari total indikator operasional. Mengingat terdapat 23 indikator dalam model penelitian, kalkulasi besaran sampel dihitung menggunakan formulasi berikut:

$$\begin{aligned}n &= (\text{Jumlah sampel}) \times (\text{Jumlah indikator}) \\n &= 7 \times 23 \\&= 161 \text{ Responden}\end{aligned}$$

Peneliti memilih asumsi rasio pengali 7 kali dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan sumber daya namun tetap menjaga representativitas data serta stabilitas alat ukur. Melalui rumus tersebut, kebutuhan sampel ditetapkan sebesar 161 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner digital via Google Form. Menurut Sugiyono (2023), kuesioner merupakan teknik penjangkauan data ilmiah untuk mengetahui pandangan, penilaian, atau opini responden terhadap masalah tertentu, yang menghasilkan data numerik untuk analisis statistik.

Pada bagian awal kuesioner, diterapkan *pre-screening* (pertanyaan penyaring) sebagai implementasi teknik *purposive sampling* untuk memastikan hanya responden yang memenuhi kriteria yang dapat mengisi seluruh pernyataan (Sugiyono, 2023).

Pengukuran sikap individu menggunakan skala *likert* 5 poin, berdasarkan konsep Likert (1932). Skala ini dipilih karena sederhana, mudah dipahami, menghasilkan data yang konsisten (Adelson & McCoach, 2010), serta menyediakan opsi netral agar responden tidak terpaksa memilih kutub ekstrem (Chyung et al., 2017).

Untuk mengantisipasi kelemahan skala berupa bias jawaban tengah akibat keraguan responden, pernyataan disusun secara jelas, mudah dipahami, dan dilengkapi petunjuk pengisian yang tegas (Chyung et al., 2017).

Tabel 1 Skala Likert

NO	KETERANGAN	SKOR
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (CS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2023)

Teknik Analisis Data

Analisis data mengandalkan data primer yang dihimpun langsung dari responden sesuai kriteria. Proses pengolahan data difasilitasi oleh perangkat lunak SPSS. Menurut Ghazali (2018), SPSS merupakan perangkat lunak yang kapabel dalam mengeksekusi perhitungan statistik secara sistematis, mencakup pengolahan data, pengujian instrumen, hingga pengujian hipotesis.

Pemanfaatan SPSS dinilai sangat aplikatif dalam menjalankan analisis regresi linier berganda untuk mengukur kekuatan korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat (Adhikari, 2022). Penggunaan perangkat lunak ini relevan dengan kebutuhan operasional riset yang mencakup rangkaian pengujian instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, serta uji regresi linier berganda guna membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data melalui kuesioner daring berhasil mendapatkan 178 responden. Setelah melalui tahap seleksi, sebanyak 172 data responden dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan ketentuan jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1497 untuk $df = 170$ dan $\alpha = 0,05$), maka item dinyatakan valid.

Tabel 2 Rekapitulasi Uji Validitas

Butir Pernyataan	Kriteria r-tabel	Pearson <i>Correlation</i>	Keterangan
FWB1	0,1497	0,614	Valid
FWB2	0,1497	0,580	Valid
FWB3	0,1497	0,549	Valid
FWB4	0,1497	0,599	Valid
FWB5	0,1497	0,592	Valid
ST1	0,1497	0,520	Valid
ST2	0,1497	0,501	Valid
ST3	0,1497	0,602	Valid
ST4	0,1497	0,571	Valid
SN1	0,1497	0,525	Valid
SN2	0,1497	0,606	Valid
SN3	0,1497	0,591	Valid
SN4	0,1497	0,535	Valid
FK1	0,1497	0,568	Valid
FK2	0,1497	0,531	Valid
FK3	0,1497	0,603	Valid
FK4	0,1497	0,552	Valid
FK5	0,1497	0,542	Valid
FA1	0,1497	0,499	Valid
FA2	0,1497	0,634	Valid
FA3	0,1497	0,546	Valid
FA4	0,1497	0,511	Valid
FA5	0,1497	0,539	Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Hasil pengujian menunjukkan seluruh item kuesioner valid karena memiliki koefisien korelasi di atas 0,1497. Sebaran nilai korelasi untuk masing-masing variabel bergerak pada rentang: *financial well-being* (FWB) sebesar 0,549 - 0,614; *social trust* (ST) sebesar 0,501 - 0,602; *social networks* (SN) sebesar 0,525 - 0,606; *financial knowledge* (FK) sebesar 0,531 - 0,603; dan *financial attitude* (FA) sebesar 0,499 - 0,634.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha dengan ambang batas > 0,60. Hasil pengujian membuktikan seluruh variabel reliabel dengan nilai masing-masing: FWB (0,701), ST (0,632), SN (0,608), FK (0,674), dan FA (0,627). Dengan demikian, instrumen memiliki konsistensi yang stabil untuk analisis lanjutan.

2. Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi bebas dari masalah bias estimasi. Pengujian mencakup uji normalitas dan uji multikolinieritas.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		172
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1,97582858
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.035
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.207
99% Confidence Interval		
Lower Bound		.196
Upper Bound		.217

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Uji asumsi klasik mencakup uji normalitas dan multikolinieritas. Uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05, yang berarti data residual berdistribusi normal.

Tabel 4 Uji Multikolinieritas Data Variabel Independen

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Social Trust</i> (ST)	.531	1.883
<i>Social Networks</i> (SN)	.465	2.150
<i>Financial Knowledge</i> (FK)	.449	2.225
<i>Financial Attitude</i> (FA)	.446	2.243

a. Dependent Variable: *Financial Well-Being* (FWB)

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Selanjutnya, uji multikolinieritas menunjukkan tidak ada gejala bias antar-variabel bebas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai tolerance seluruh variabel yang berada di atas 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10, dengan rentang nilai tolerance 0,446 - 0,531 dan VIF 1,883 - 2,243.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS, model persamaan regresi linier berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.733	1.177	
	ST (X1)	.188	.083	.152
	SN (X2)	.260	.091	.206
	FK (X3)	.231	.080	.210
	FA (X4)	.360	.078	.337

a. Dependent Variable: *Financial Well-Being* (FWB)

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

$$Y = 0,733 + 0,188 X_1 + 0,260 X_2 + 0,231 X_3 + 0,360 X_4$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien bernilai positif yang searah dengan FWB (Y). Nilai konstanta sebesar 0,733 merupakan skor dasar kesejahteraan keuangan sebelum dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel FA (X₄) memiliki koefisien terbesar (0,360), mengindikasikan bahwa sikap keuangan menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi tingkat kesejahteraan keuangan pengguna.

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis di dalam model regresi ini dibagi menjadi dua tahap, yaitu pengujian secara parsial (Uji t) dan pengujian secara bersama-sama (Uji F).

a) Uji T (Parsial)

Tabel 6 Hasil Uji T (Parsial)

		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients	Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.733	1.177		.623	.534
	ST (X1)	.188	.083	.152	2.260	.025
	SN (X2)	.260	.091	.206	2.863	.005
	FK (X3)	.231	.080	.210	2.878	.005
	FA (X4)	.360	.078	.337	4.591	<.001

a. Dependent Variable: *Financial Well-Being* (FWB)

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Hasil pengujian dirangkum secara ringkas dalam sub-analisis berikut:

- Pengaruh *social trust* (X₁): Uji t menghasilkan nilai t hitung = 2,260 dan signifikansi 0,025 < 0,05. Hal ini membuktikan bahwa ST **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap FWB, sehingga Hipotesis 1 diterima. Rasa percaya pengguna terhadap transparansi platform dan kredibilitas informasi komunitas digital terbukti memicu rasa aman yang meningkatkan FWB. Temuan ini mendukung studi Laila et al. (2025) serta Tuominen & Haanpää (2022) yang menyatakan bahwa social trust mampu menekan ketidakpastian dalam keputusan finansial.

- Pengaruh *social networks* (X_2): Uji t mencatatkan nilai t hitung = 2,863 dan signifikansi 0,005 < 0,05. Temuan ini mengonfirmasi bahwa SN **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap FWB, sehingga Hipotesis 2 diterima. Interaksi, diskusi, dan paparan informasi dari lingkungan pertemanan atau komunitas investor menjadi referensi penting yang mengoptimalkan keputusan investasi. Hasil ini selaras dengan riset Thomas & Gupta (2021) serta Tuominen & Haanpää (2022).
- Pengaruh *financial knowledge* (X_3): Variabel FK terbukti **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap FWB dengan nilai t hitung = 2,878 dan signifikansi 0,005 < 0,05, sehingga Hipotesis 3 diterima. Wawasan keuangan yang matang membantu pengguna menilai karakteristik produk investasi dan mengelola risiko secara objektif demi menghindari kerugian emosional. Temuan ini memperkuat riset dari Laila et al. (2025) dan Lutfi (2021).
- Pengaruh *financial attitude* (X_4): Variabel FA terbukti **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap FWB dengan hasil uji t menghasilkan nilai t hitung = 4,591 dan signifikansi < 0,001, sehingga Hipotesis 4 diterima. Sebagai variabel paling dominan, FA mencerminkan bahwa kemampuan mengendalikan emosi dan kedisiplinan perencanaan jangka panjang berdampak besar pada kestabilan finansial. Hasil ini sejalan dengan temuan Quibra (2024) dan Kalfa (2025).

b) Uji F (Simultan)

Tabel 7 Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	997.288	4	249.322	62.371	<.001 ^b
	Residual	667.567	167	3.997		
	Total	1664.855	171			

a. Dependent Variable: *Financial Well-Being* (FWB)

b. Predictors: (Constant), FA, ST, SN, FK

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Secara simultan, Uji F menghasilkan nilai F hitung = 62,371 dengan signifikansi < 0,001, karena nilai signifikansi jauh di bawah 0,05. Dapat disimpulkan bahwa *social trust*, *social networks*, *financial knowledge*, dan *financial attitude* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial well-being* pengguna aplikasi Ajaib. Gabungan faktor sosial (*social capital theory*) dan kompetensi keuangan internal terbukti menjadi determinan krusial dalam membentuk perilaku finansial yang sehat (Aliah et al., 2025; Lavonda et al., 2021).

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Kekuatan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen ditunjukkan oleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,575 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,565.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.565	2.058

a. Predictors: (Constant), FA, ST, SN, FK

b. Dependent Variable: *Financial Well-Being* (FWB)

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Nilai ini menandakan bahwa kontribusi kombinasi variabel *social trust*, *social networks*, *financial knowledge*, dan *financial attitude* mampu menjelaskan variasi *financial well-being* pengguna sebesar 57,5%. Sementara itu, sisanya sebesar 42,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model regresi penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan penting sebagai berikut:

1. *Social trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial well-being*. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan platform dan keakuratan informasi dalam ekosistem digital memberikan rasa aman yang membantu pengguna mengelola investasi secara lebih tenang dan terarah.
2. *Social networks* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial well-being*. Hubungan sosial dan ruang diskusi di dalam komunitas investor atau lingkungan pertemanan berfungsi sebagai media pertukaran pengalaman yang efektif untuk menekan ketidakpastian pasar.
3. *Financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial well-being*. Pemahaman yang matang mengenai konsep keuangan dan manajemen risiko menjadi dasar utama bagi pengguna untuk mengambil keputusan investasi secara objektif.
4. *Financial attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial well-being*. Sikap keuangan berupa kedisiplinan dan kemampuan mengendalikan emosi (tidak terjebak FOMO atau panik saat pasar turun) terbukti menjadi faktor paling dominan dalam menjaga stabilitas keuangan pengguna.
5. *Social trust*, *social networks*, *financial knowledge*, dan *financial attitude* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial well-being*. Kesejahteraan keuangan investor digital merupakan hasil integrasi yang kompleks antara modal sosial dari luar dan kompetensi keuangan dari dalam diri individu.

IMPLIKASI

Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkaya literatur perilaku keuangan digital dengan membuktikan bahwa *financial well-being* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis individu dalam mengelola uang, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek lingkungan sosial. Temuan ini memperkuat *social capital theory* yang

menyatakan bahwa jaringan sosial dan rasa saling percaya dapat menjadi sumber daya yang bernilai dalam menekan ketidakpastian finansial.

Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan masukan bagi Ajaib untuk meningkatkan kualitas layanan dengan berfokus pada fitur-fitur yang mendukung kedisiplinan keuangan pengguna, seperti target investasi otomatis atau pengingat rutin, mengingat *financial attitude* menjadi variabel dengan pengaruh terbesar. Ajaib juga disarankan untuk memperkuat edukasi pasar modal yang ramah pemula serta memperketat moderasi ruang komunitas digital di dalam aplikasi demi menjaga transparansi informasi dan menekan risiko penyebaran informasi palsu.

SARAN

Berdasarkan hasil temuan serta kendala yang dihadapi selama proses penelitian, beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan yaitu:

1. Bagi akademisi: disarankan untuk memperluas jangkauan wilayah riset ke skala nasional dan melakukan studi komparatif antar-platform investasi digital agar diperoleh potret perilaku investor yang lebih universal di Indonesia.
2. Pengembangan model analisis: peneliti berikutnya diharapkan dapat menambahkan variabel baru yang relevan, seperti *financial behavior*, tingkat pendapatan bulanan, serta jam terbang atau *investment experience*.
3. Penyempurnaan metode pengumpulan data: direkomendasikan untuk menerapkan *mixed-methods* dengan mengombinasikan kuesioner digital dan wawancara mendalam guna menggali aspek psikologis investor, seperti kecemasan dan motivasi emosional secara lebih komprehensif.
4. Bagi Praktisi: diharapkan manajemen Ajaib terus konsisten menjaga transparansi informasi, memperketat keamanan ruang komunitas dari oknum penipu, serta menyeimbangkan fitur transaksi dengan penguatan fasilitas literasi keuangan guna menjaga kepuasan dan rasa aman pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelson, J. L., & McCoach, D. B. (2010). Measuring The Mathematical Attitudes of Elementary Students: The Effects of a 4-Point or 5-Point Likert-Type Scale. *Educational and Psychological Measurement*, 70(5), 796–807. <https://doi.org/10.1177/0013164410366694>
- Adhikari, G. P. (2022). Interpreting the Basic Results of Multiple Linear Regression. *Scholars' Journal*, 22–37. <https://doi.org/10.3126/scholars.v5i1.55775>
- Agustine, L., & Widjaja, I. (2021). Pengaruh: Financial Attitude, Financial Knowledge Locus of Control Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, III(4), 1087–1097. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13504>
- Aliah, P., Hidzir, M., Ismail, S., Heryati, S., Nor, S., Nadiyah, A., & Sahiq, M. (2024). The Impact of Social Trust, Social Network and Financial Innovation on the Financial Well-Being of Micro-Entrepreneurs in Malaysia: A Pilot Study. In *Information Management and Business Review* (Vol. 16, Number 1).

- Amelinda, R., Oktavini, E., Magdalena, F. C. S., & Anwar, R. M. (2025). Financial Well-Being Gen Z: Eksplorasi Investment Interest, Materialisme, dan Financial Ignorance. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 11(1). <https://doi.org/10.35384/jemp.v11i1.728>
- Aprilianto, R., Tanuwijaya, H., Candraningrat, & Supriyanto, A. (2024). The Effect Financial Knowledge, Financial Attitude, And Income On Financial Behavior Through Locus Of Control In Students. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 11(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jmm17.v11i1.10299>
- Assyarofi, M. R., Muntafiah, Rahmawati, E., Nisa, U., & Wijayanto, S. A. (2024). Pengaruh Financial Knowledge dan Financial Attitude terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta. *Journal of Economics and Business Research*, 3(1), 91–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/juebir.v3i1.6407>
- Chyung, S. Y. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-Based Survey Design: The Use of a Midpoint on the Likert Scale. *Performance Improvement*, 56(10), 15–23. <https://doi.org/10.1002/pfi.21727>
- dpu. (2025, August 11). *Tingkatkan Inovasi Platform, Ajaib Duduk Bareng dengan Pengguna*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20250811153731-37-656988/tingkatkan-inovasi-platform-ajaib-duduk-bareng-dengan-pengguna>
- Gea, C. H. K. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Perilaku Keuangan terhadap Pilihan Investasi Mahasiswa Universitas Indonesia dan Universitas Pancasila*. Universitas Indonesia.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Edition). Pearson Education Limited.
- Hidzir, P. A. M., Ismail, S., Syed Nor, S. H., & Md Sahid, A. N. (2023). Financial Well-Being of Micro-Entrepreneurs: A Proposed Conceptual Framework. *Information Management and Business Review*, 15(3), 418–428.
- Indonesia, C. (2021, November 26). *Kaya Lewat Investasi Saham Ala Influencer Ajaib*. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20211126145312-19-294719/kaya-lewat-investasi-saham-ala-influencer-ajaib>
- KSEI. (2025). *Statistik Pasar Modal Indonesia: Desember 2025*. https://web.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Desember_2025.pdf
- Laila, N., Ismail, S., Mohd Hidzir, P. A., Ratnasari, R. T., & Alias, N. E. (2025). Impact of Social Trust, Social Networks, and Financial Knowledge on Financial Well-Being of Micro-Entrepreneurs in Malaysia and Indonesia. *Cogent Business and Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2460614>
- Lavonda, P., Roni Setyawan, I., & Ekadjadja, M. (2021). Determinants of Financial Well-Being Among Young Workers in Jakarta During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi*, 26(2), 295. <https://doi.org/10.24912/je.v26i2.752>
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140).
- Mustapa, D. R., & Fikri, M. A. (2025). Financial Literacy dan Mental Budgeting Terhadap Financial Well-Being: Peran Mediasi Investment Decision Making. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(10). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i10.9749>

- Pradhana, I. B. (2025, September). *Investasi, Tren Baru Anak Muda Indonesia yang Melek Finansial*. Media Keuangan
- Prima Fauzi, M. (2025, August 26). *Ajaib Kolaborasi dengan APEI, dan BEI Dorong Literasi Pasar Modal di Solo*. Finance.Detik.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-8080570/ajaib-kolaborasi-dengan-apei-dan-bei-dorong-literasi-pasar-modal-di-solo>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon and Schuster.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Yulistiyan, A., Rapini, T., & Setiawan, F. (2023). Analisis Faktor Financial Knowledge, Financial Behavior, Overconfidence, dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1). <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i1.6452>