

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang sudah dilakukan, terdapat 100 responden yang merupakan mahasiswa di Kota Semarang yang berinvestasi di *financial market* dan telah berpartisipasi dalam penelitian. Berdasarkan data yang telah diolah, diperoleh kesimpulan berikut:

1. Variabel *influencer* keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi investasi. Hal ini menunjukkan bahwa informasi dan rekomendasi yang disampaikan melalui media sosial belum mampu membentuk kecenderungan pilihan instrumen investasi pada mahasiswa, sehingga preferensi investasi lebih dibentuk oleh pertimbangan internal dibandingkan pengaruh eksternal.
2. Variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap preferensi investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan yang baik membantu mahasiswa dalam menentukan arah pilihan investasi secara rasional dan terstruktur.
3. Variabel *influencer* keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa konten dan rekomendasi yang disampaikan *influencer* mampu mendorong mahasiswa untuk merealisasikan keputusan investasi secara nyata.
4. Variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat

literasi keuangan yang baik lebih mampu mengambil keputusan investasi berdasarkan pertimbangan rasional.

5. Variabel preferensi investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan pilihan instrumen yang telah terbentuk pada mahasiswa menjadi dasar dalam merealisasikan keputusan investasi.
6. Variabel *influencer* keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi melalui preferensi investasi. Hal ini menunjukkan bahwa informasi dari *influencer* mampu membentuk preferensi investasi terlebih dahulu yang kemudian mendorong keputusan investasi mahasiswa.
7. Variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi melalui preferensi investasi. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan membentuk preferensi investasi mahasiswa yang selanjutnya memengaruhi keputusan investasi secara nyata.

#### 4.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan beberapa saran yang dapat diimplementasikan pada penelitian selanjutnya:

1. Berdasarkan nilai *Adjusted R-square*, variabel Preferensi Investasi (Z) memiliki nilai terbilang rendah yaitu sebesar 0,414. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 59,6% variasi preferensi investasi belum dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan *influencer* keuangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, seperti toleransi risiko, pengalaman investasi, faktor psikologis investor, tingkat pendapatan,

maupun pengaruh lingkungan sosial, guna meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan preferensi investasi.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas karakteristik responden atau cakupan wilayah penelitian agar hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih baik serta mampu merepresentasikan perilaku investasi Generasi Z secara lebih komprehensif.