



PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, PERSEPSI RESIKO, KEPERCAYAAN FINTECH, DAN FINANCIAL SELF-EFFICACY TERHADAP PERILAKU INVESTASI GENERASI Z PADA PLATFORM BIBIT DENGAN ROBO ADVISOR SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Nabiatul Qomariyah¹, Aldila Septiana²

^{1,2}STKIP PGRI Bangkalan, Indonesia

Email: nabiatulqomariyah17@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i3.2191>

Sections Info

Article history:

Submitted: 23 March 2026

Final Revised: 17 April 2026

Accepted: 29 May 2026

Published: 15 June 2026

Keywords:

Gen Z Investing

Robo-Advisor

Digital Finance

Fintech Trust

Investment Behavior



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital financial literacy, risk perception, fintech trust, and financial self-efficacy on Generation Z's investment behavior on the Bibit digital investment platform with robo-advisors as a moderating variable. This study used a quantitative approach with accidental sampling technique involving 133 respondents from Generation Z. Data collection was conducted through a questionnaire using a Likert scale, then analyzed using multiple linear regression with a Moderated Regression Analysis (MRA) approach. The results showed that digital financial literacy has a positive and significant effect on investment behavior. Conversely, risk perception and financial self-efficacy have a negative and significant effect, while fintech trust has no significant effect on investment behavior. In addition, robo-advisors are able to weaken the influence of digital financial literacy on investment behavior, but strengthen the influence of risk perception, fintech trust, and financial self-efficacy. Simultaneously, all independent variables have a significant effect on Generation Z's investment behavior. The novelty of this study lies in the use of robo-advisors as a moderating variable in analyzing Generation Z's investment behavior on digital investment platforms amidst the increasing adoption of fintech and digital financial transformation in Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital, persepsi risiko, kepercayaan fintech, dan financial self-efficacy terhadap perilaku investasi Generasi Z pada platform investasi digital Bibit dengan robo advisor sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik accidental sampling yang melibatkan 133 responden dari kalangan Generasi Z. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket menggunakan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan pendekatan Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi. Sebaliknya, persepsi risiko dan financial self-efficacy berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan kepercayaan fintech tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi. Selain itu, robo advisor mampu memperlemah pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku investasi, namun memperkuat pengaruh persepsi risiko, kepercayaan fintech, dan financial self-efficacy. Secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi Generasi Z. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan robo advisor sebagai variabel moderasi dalam menganalisis perilaku investasi Generasi Z pada platform investasi digital di tengah meningkatnya adopsi fintech dan transformasi keuangan digital di Indonesia.

Kata kunci: Investasi Gen Z, Robo Advisor, Keuangan Digital, Kepercayaan Fintech, Perilaku Investasi

PENDAHULUAN

Digitalisasi dalam bidang ekonomi muncul sebagai jawaban atas kemajuan pesat teknologi informasi yang memengaruhi hampir semua aspek kehidupan masyarakat. Dalam konteks ekonomi, perubahan ini tidak hanya melibatkan transaksi melalui platform digital, tetapi juga mengubah struktur pasar, pola perilaku konsumen, serta pendekatan produsen dalam menyusun taktik pemasaran ([Amelia et al., 2023](#)). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa teknologi digital telah mengubah cara konsumen mencari, memilih, dan membeli produk serta cara pelaku usaha berinteraksi dalam pasar digital yang semakin kompetitif ([Amory et al., 2025](#)). Tren masyarakat yang semakin bergantung pada layanan berbasis teknologi menunjukkan bahwa digitalisasi sudah bukan sekadar mode sementara, melainkan telah menjadi gaya hidup baru dalam interaksi ekonomi harian. Penggunaan aplikasi belanja *online*, dompet elektronik, layanan pesan-antar, serta pemasaran melalui platform digital merupakan bukti nyata bagaimana digitalisasi mempercepat akses dan efisiensi dalam aktivitas ekonomi ([Berdi & Nardin, 2024](#)). Faktor-faktor seperti kemudahan mengakses informasi, pilihan produk yang lebih luas, dan metode pembayaran yang bervariasi telah membuat aktivitas belanja menjadi lebih efisien dan nyaman bagi konsumen. Kemudahan tersebut mendorong peningkatan partisipasi investasi, namun juga menimbulkan tantangan seperti rendahnya literasi keuangan, persepsi risiko yang tinggi, serta kepercayaan terhadap teknologi finansial ([Arianti & Purbowati, 2024](#)).

Seiring dengan semakin pesatnya digitalisasi di sektor keuangan, kemampuan literasi keuangan digital menjadi semakin penting. Literasi keuangan pada era saat ini tidak lagi terbatas pada kemampuan mengelola uang secara konvensional, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap risiko investasi *online*, keamanan dan perlindungan data pribadi, struktur biaya layanan elektronik, serta kemampuan mengevaluasi berbagai informasi finansial yang beredar di dunia digital ([OECD, 2021](#)). Beragam penelitian dan studi terbaru menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital yang tinggi membantu individu menghindari risiko penyalahgunaan data, mengambil keputusan investasi dengan lebih rasional, serta memaksimalkan pemanfaatan fitur-fitur *fintech* secara optimal ([Yuliyanti & Muntashofi, 2025](#)). Hal ini menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki peran strategis dalam mendorong masyarakat, khususnya generasi muda untuk memanfaatkan peluang finansial digital secara maksimal dan aman ([Hasan, 2024](#)).

Generasi Z merupakan kelompok yang paling dekat dengan perkembangan teknologi finansial. Sebagai generasi yang tumbuh bersamaan dengan era digital, kelompok ini terbiasa memanfaatkan internet, aplikasi keuangan, serta media sosial untuk mencari informasi terkait finansial, kelompok ini dikenal sebagai *digital natives* yang aktif menggunakan solusi *fintech* seperti dompet elektronik, aplikasi perbankan, dan platform pembayaran digital ([Septiyani & Wediawati, 2025](#)). meskipun memiliki kemampuan tinggi dalam menggunakan teknologi, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital pada generasi tersebut masih tergolong rendah ([Putri et al., 2023](#)). Penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z masih rentan terhadap pengambilan keputusan investasi yang impulsif akibat pengaruh media sosial dan rendahnya pemahaman risiko investasi ([Aulia & Mustika, 2024](#)). Survei internasional bahkan mencatat bahwa sebagian besar individu dari kelompok ini lebih mempercayai informasi keuangan dari media sosial dan influencer dibandingkan sumber resmi, sehingga rentan terhadap misinformasi dan keputusan investasi yang sifatnya spontan ([Katadata, 2022](#)).

Kemenkeu RI (2025) memperlihatkan bahwa lebih dari 55% investor pemula di

Indonesia datang dari kelompok usia di bawah 30 tahun. Fakta ini menunjukkan bahwa generasi Z menunjukkan minat yang tinggi terhadap investasi digital. Meskipun kemajuan teknologi telah mempermudah investasi, kualitas dari keputusan yang diambil dalam berinvestasi masih sangat bergantung pada pemahaman keuangan digital yang dimiliki oleh individu. OJK (2022), mencatat bahwa tingkat pemahaman keuangan di Indonesia baru sekitar 49,68%, sementara pemahaman mengenai keuangan digital masih tergolong rendah, khususnya dalam hal kemampuan untuk menganalisis risiko, memahami perlindungan data, serta membaca informasi finansial. Rendahnya pemahaman ini dapat mengakibatkan investor mudah terpengaruh oleh tren sesaat dan membuat keputusan investasi tanpa melakukan analisis yang cukup. Dalam perspektif behavioral finance, perilaku investasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti persepsi risiko dan keyakinan diri. Selain itu, perkembangan teknologi seperti *robo advisor* memberikan kemudahan dalam pengambilan keputusan investasi berbasis algoritma. Namun demikian, efektivitas *robo advisor* dalam memoderasi hubungan antara faktor psikologis dan perilaku investasi masih memerlukan kajian empiris ([Adinugroho, 2025](#)).

Sejumlah penelitian terdahulu telah secara luas membahas faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku investasi individu, termasuk pemahaman keuangan, persepsi risiko, kepercayaan pada teknologi finansial (*Fintech*), dan juga *financial self-efficacy*. Faktor-faktor ini terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan keputusan dan pendekatan investasi seseorang di era yang digital ([Rizky et al., 2025](#)). Namun, banyak penelitian terdahulu lebih fokus pada hubungan langsung antar variabel tersebut tanpa mempertimbangkan peran moderasi dari teknologi yang didasarkan pada kecerdasan buatan seperti *robo advisor* dan fokus penelitian pada generasi Z. Sementara itu, *robo advisor* semakin banyak dimanfaatkan dalam aplikasi investasi modern seperti Bibit, yang membawa fitur otomatisasi, penyesuaian portofolio, dan manajemen risiko yang didasarkan pada algoritma. Keberadaan teknologi ini memiliki potensi untuk merubah cara orang khususnya generasi muda dalam menerapkan literasi keuangan dan pandangan risiko menjadi tindakan investasi yang konkret. Selain itu, sebagian besar kajian sebelumnya lebih berfokus pada kelompok investor dewasa, sementara generasi Z memiliki karakteristik digital, preferensi terhadap risiko, serta kepercayaan pada teknologi yang sangat berbeda ([Hidayat et al., 2025](#)).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital, persepsi risiko, tingkat kepercayaan *fintech*, serta *financial self-efficacy* terhadap perilaku investasi generasi Z pada platform Bibit, dengan *robo advisor* sebagai variabel yang memoderasi hubungan antarvariabel. Adapun sasaran populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang telah menggunakan platform investasi Bibit, khususnya individu yang telah memiliki pengalaman berinvestasi dan memanfaatkan fitur *robo advisor* dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini penting dilakukan untuk mendukung peningkatan literasi keuangan digital masyarakat Indonesia serta memperkuat pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional, aman, dan berkelanjutan di era transformasi digital. Dari perspektif teori, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kerangka kerja perilaku investasi dengan memasukkan dimensi moderasi *robo advisor* sebagai inovasi dalam teknologi keuangan yang dapat menguatkan atau mengurangi interaksi antara variabel-variabel utama. Dalam hal praktis, studi ini dapat memberikan dampak bagi pengembang aplikasi *fintech* dan lembaga keuangan dalam menyusun strategi edukasi atau pendidikan dan fitur teknologi yang lebih sesuai dengan karakteristik digital serta preferensi investasi generasi Z.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, menekankan pada pengukuran variabel secara objektif melalui data numerik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Afriani et al., 2025). Pendekatan eksplanatori dipilih karena penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena, melainkan menjelaskan keterkaitan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini, pendekatan tersebut diterapkan untuk menguraikan pengaruh literasi keuangan digital, persepsi risiko, kepercayaan terhadap *fintech*, serta *financial self-efficacy* pada perilaku investasi generasi Z melalui platform Bibit. Selain itu, penelitian ini mencakup variabel moderator berupa *robo advisor*, yang bertujuan menilai apakah sistem rekomendasi investasi berbasis teknologi dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh variabel bebas terhadap perilaku investasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi Z di Indonesia yang menggunakan platform investasi Bibit. Dengan sampel sebanyak 133 responden yang menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel non-probabilitas di mana peneliti menetapkan responden berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara tidak sengaja ditemui peneliti baik secara daring (*online*) maupun luring (*offline*) dan memenuhi kriteria penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator variabel literasi keuangan digital, persepsi risiko, kepercayaan *fintech*, *financial self-efficacy*, perilaku investasi, dan *robo advisor*. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa item pernyataan mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Prosedur pengambilan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi masalah, studi literatur, penyusunan hipotesis dan instrumen penelitian, serta penyebaran kuesioner secara daring kepada 133 responden Generasi Z pengguna platform investasi Bibit yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang telah terkumpul kemudian diperiksa kelengkapan dan kesesuaiannya sebelum dilakukan proses analisis lebih lanjut.

Data yang telah terkumpul diolah secara statistik dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan pendekatan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Sebelum melakukan analisis data utama, dilakukan uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan MRA digunakan untuk menguji peran *robo advisor* sebagai variabel moderasi. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel perilaku investasi Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada bagian ini menyajikan hasil analisis data penelitian pengaruh literasi keuangan digital (X1), persepsi risiko (X2), kepercayaan *fintech* (X3), dan *financial self-efficacy* (X4) terhadap perilaku investasi (Y) generasi Z dengan *robo advisor* sebagai variabel moderasi (Z). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 133 responden yang dilakukan dengan cara menyebarkan Angket untuk memperoleh data primer atau informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Dari hasil penelitian diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
17-20 tahun	14	10,5%
21-23 tahun	35	26,3%
24-26 tahun	52	39,1%
27-29 tahun	32	24,1%
Total	133	100%

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2026

Berdasarkan data pada tabel 1, dari hasil pengelompokan usia terhadap 133 responden dalam penelitian ini, diketahui bahwa distribusi responden bervariasi pada beberapa rentang usia. Kelompok usia 24-26 tahun merupakan kelompok dengan jumlah responden terbanyak, yaitu sebesar 52 orang atau 39,1% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia dewasa awal atau produktif yang cenderung lebih aktif dalam kegiatan ekonomi, termasuk dalam melakukan investasi. Sedangkan, kelompok usia 21-23 tahun menempati posisi kedua dengan jumlah responden sebanyak 35 orang atau 26,3%. Kelompok usia ini umumnya berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, sehingga mulai menunjukkan minat terhadap aktivitas investasi, khususnya pada platform investasi digital.

Kelompok usia 27-29 tahun memiliki jumlah responden sebanyak 32 orang atau 24,1%. Pada rentang usia ini, individu umumnya telah memiliki kestabilan finansial yang lebih baik, sehingga keputusan investasi yang dilakukan cenderung lebih rasional dan terencana. Sementara itu, kelompok usia 17-20 tahun memiliki jumlah responden paling sedikit, yaitu sebanyak 14 orang atau 10,5%. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan pengalaman serta pengetahuan terkait investasi pada kelompok usia yang relatif lebih muda.

Secara keseluruhan, distribusi usia responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada dalam rentang usia yang produktif, terutama pada kelompok usia 21 hingga 26 tahun. Dengan demikian, karakteristik responden dalam penelitian ini sesuai dengan focus penelitian yang melihat perilaku investasi generasi Z dalam menggunakan *platform* investasi digital seperti Bibit.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	52	39,1%
Wiraswasta	53	39,8%
PNS	26	19,5%
Karyawan Swasta	1	0,8%

Mahasiswa & Wiraswasta	1	0,8%
Total	133	100%

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2026

Berdasarkan data pada tabel 2, dari hasil pengelompokan status pekerjaan terhadap 133 responden dalam penelitian ini, diketahui bahwa responden memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam. Responden dengan status sebagai wiraswasta merupakan kelompok dengan jumlah terbanyak, yaitu sebanyak 53 orang atau 39,8% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki aktivitas ekonomi mandiri dan berpotensi memiliki pengalaman langsung dalam pengelolaan keuangan, termasuk dalam kegiatan investasi. Sedangkan, responden dengan status mahasiswa berjumlah 52 orang atau 39,1%. Jumlah ini menunjukkan bahwa mahasiswa juga mendominasi dalam penelitian ini, yang mencerminkan tingginya minat generasi muda terhadap investasi, khususnya pada platform investasi digital.

Responden yang berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) berjumlah 26 orang atau 19,5%. Kelompok ini umumnya memiliki pendapatan yang lebih stabil sehingga memiliki kecenderungan untuk melakukan investasi secara lebih terencana. Sementara itu, responden dengan status karyawan swasta serta responden yang memiliki status ganda sebagai mahasiswa dan wiraswasta masing-masing berjumlah 1 orang atau 0,8%. Jumlah yang relatif kecil ini menunjukkan bahwa kedua kategori tersebut tidak mendominasi dalam penelitian ini.

Secara keseluruhan, distribusi status pekerjaan responden menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan responden dengan latar Belakang yang beragam, baik dari kalangan mahasiswa maupun pekerja. Hal ini membantu tujuan penelitian untuk menganalisis cara generasi Z berinvestasi dalam berbagai kondisi ekonomi dan social, terutama dalam menggunakan *platform* investasi digital seperti Bibit. Untuk melihat apakah ada pengaruh antara literasi keuangan digital, persepsi risiko, kepercayaan *fintech*, dan *financial self-efficacy*, dengan melibatkan *robo advisor* sebagai variabel moderasi. Model regresi ini juga mencakup variabel interaksi antara *robo advisor* dengan masing-masing variabel independen untuk melihat peran moderasi yang terjadi dapat di lihat pada hasil uji regresi linier berganda di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	46.160	1.280		36.057	.000
	Literasi keuangan	.976	.013	.616	72.305	.000
	persepsi resiko	-.554	.080	-.399	-6.899	.000
	kepercayaan fintech	-.122	.072	-.086	-1.688	.094
	financial self efficacy	-.439	.054	-.504	-8.127	.000
	robo advisor	-2.003	.072	-1.251	-27.823	.000
	X1_M	-.053	.001	-1.148	-49.586	.000

X2_M	.033	.004	.875	8.719	.000
X3_M	.041	.004	.997	10.858	.000
X4_M	.042	.003	1.867	15.729	.000

a. Dependent Variable: perilaku investasi

Sumber: Ouput SPSS 27.0

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai koefisien regresi yang disajikan pada tabel *Coefficients*. Dari hasil tersebut, dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y=46,160+0,976X1-0,554X2-0,122X3-0,439X4-2,003M-0,053X1M+0,033X2M+0,041X3M+ 0,042X4M + e$. Persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel dependen perilaku investasi dipengaruhi oleh variabel independent literasi keuangan digital, persepsi risiko, kepercayaan *fintech*, *financial self-efficacy*, dan *robo advisor* sebagai variabel moderasi yang berinteraksi dengan masing-masing variabel independen. Konstanta sebesar 46,160 menunjukkan apabila seluruh variabel independen dan variabel moderasi bernilai 0, maka nilai perilaku investasi adalah sebesar 46,160. Sementara itu, nilai koefisien pada masing-masing variabel menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel moderasi terhadap perilaku investasi, baik yang bersifat positif maupun negatif. Model regresi ini tidak hanya menggambarkan pengaruh langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen perilaku investasi, tetapi juga menunjukkan adanya interaksi antara *robo advisor* dengan variabel independen yang mengindikasikan peran *robo advisor* sebagai variabel moderasi dalam model penelitian.

Uji Normalitas

Sebuah penelitian harus melakukan uji normalitas agar variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian tersebut berdistribusi normal. Sebuah data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		133	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.63810057	
Most Extreme Differences	Absolute	.075	
	Positive	.075	
	Negative	-.067	
Test Statistic		.075	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.063	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.063
		99% Confidence	Lower Bound
	Interval	Upper Bound	.069
		Bound	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Ouput SPSS 27.0

Hasil uji menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,063, dimana nilai tersebut $\geq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, karena tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi data dan distribusi normal, berarti data dapat digunakan untuk analisis regresi selanjutnya.

Hasil Uji Hipotesis Uji t

Tabel 5. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	46.160	1.280		36.057	.000
	Literasi keuangan	.976	.013	.616	72.305	.000
	persepsi resiko	-.554	.080	-.399	-6.899	.000
	kepercayaan fintech	-.122	.072	-.086	-1.688	.094
	financial self efficacy	-.439	.054	-.504	-8.127	.000
	robo advisor	-2.003	.072	-1.251	-27.823	.000
	X1_M	-.053	.001	-1.148	-49.586	.000
	X2_M	.033	.004	.875	8.719	.000
	X3_M	.041	.004	.997	10.858	.000
	X4_M	.042	.003	1.867	15.729	.000

a. Dependent Variable: perilaku investasi

Sumber: Output SPSS 27.0

Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji t pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa: Pengaruh literasi keuangan digital (X1) terhadap perilaku investasi (Y). Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dengan koefisien regresi bernilai 0,976 (positif). Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, maka semakin baik perilaku investasi individu. Pengaruh persepsi risiko (X2) terhadap perilaku investasi (Y). Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar -0,554 (negatif). Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, maka kecenderungan individu untuk berinvestasi akan menurun. Pengaruh kepercayaan *fintech* (X3) terhadap perilaku investasi (Y). Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,094 \geq 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar -0,122. Maka H_a ditolak dan H_0 diterima, yang berarti kepercayaan *fintech* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap *fintech* belum mampu memengaruhi perilaku investasi secara langsung.

Pengaruh *financial self-efficacy* (X4) terhadap perilaku investasi (Y). Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar -0,439. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti *financial self-efficacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan finansial individu, dalam konteks penelitian ini justru diikuti dengan penurunan perilaku investasi. Pengaruh *robo advisor* (M) terhadap perilaku investasi (Y). Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar -2,003. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti *robo advisor* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku investasi. Moderasi *robo advisor* pada literasi keuangan, nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dengan koefisien -0,053. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti *robo advisor* mampu memoderasi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku investasi dengan arah negatif (memperlemah). Moderasi *robo advisor* pada persepsi risiko, nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dengan koefisien 0,033. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti *robo advisor* memoderasi hubungan persepsi risiko terhadap perilaku investasi dengan arah positif (memperkuat). Moderasi *robo advisor* pada kepercayaan *fintech*, nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dengan koefisien 0,041. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti *robo advisor* memoderasi hubungan kepercayaan *fintech* terhadap perilaku investasi dengan arah positif (memperkuat). Moderasi *robo advisor* pada *financial self-efficacy*, nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dengan koefisien 0,042. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti *robo advisor* memoderasi hubungan *financial self-efficacy* terhadap perilaku investasi dengan arah positif (memperkuat).

Uji F

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2224.004	9	247.112	6159.629	.000 ^b
	Residual	4.935	123	.040		
	Total	2228.939	132			

a. Dependent Variable: perilaku investasi

b. Predictors: (Constant), X4_M, Literasi keuangan, persepsi risiko, kepercayaan *fintech*, *financial self-efficacy*, X1_M, *robo advisor*, X3_M, X2_M

Sumber: Output SPSS 27.0

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 6159,629 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah signifikan. Maka, H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari literasi keuangan digital, persepsi risiko, kepercayaan *fintech*, dan *financial self-efficacy*, serta *robo advisor* sebagai variabel moderasi beserta variabel interaksinya, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun dalam penelitian ini mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel moderasi terhadap perilaku investasi dengan baik. Artinya, perubahan yang terjadi pada perilaku investasi dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel literasi keuangan digital, persepsi risiko, kepercayaan *fintech*, *financial self-efficacy*, serta peran *robo advisor* sebagai variabel moderasi. Selain itu, nilai F hitung yang sangat besar dibandingkan dengan

F tabel juga memperkuat bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki tingkat kelayakan yang tinggi untuk digunakan dalam analisis. Dengan demikian, model penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku investasi berdasarkan variabel-variabel yang telah diteliti.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.999 ^a	.998	.998	.200

a. Predictors: (Constant), X4_M, Literasi keuangan, persepsi resiko, kepercayaan fintech, financial self-efficacy, X1_M, robo advisor, X3_M, X2_M

b. Dependent Variable: perilaku investasi

Sumber: Output SPSS 27.0

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel *Model Summary*, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,998 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,998. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 99,8% variasi perilaku investasi dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu literasi keuangan digital, persepsi risiko, kepercayaan *fintech*, *financial self-efficacy*, serta *robo advisor* sebagai variabel moderasi beserta variabel interaksinya. Sedangkan sisanya sebesar 0,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai koefisien determinasi yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan variasi perilaku investasi. Namun demikian, nilai *R Square* yang mendekati angka 1 juga perlu dicermati secara kritis. Hal ini diakibatkan kemungkinan adanya beberapa faktor yang menyebabkan tingginya nilai tersebut, seperti penggunaan variabel interaksi (Moderasi) yang dapat meningkatkan kekuatan model secara signifikan, serta adanya hubungan yang sangat erat antar variabel dalam model.

Selain itu, nilai *R Square* yang sangat tinggi juga dapat mengindikasikan potensi adanya gejala *overfitting*, yaitu kondisi di mana model terlalu menyesuaikan diri dengan data penelitian sehingga menghasilkan tingkat kecocokan yang sangat tinggi, namun belum tentu memiliki kemampuan generalisasi yang baik pada data lain. Disamping itu, kesamaan nilai antara *R Square* dan *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa penambahan variabel dalam model tidak menyebabkan penurunan kualitas model, sehingga variabel-variabel yang digunakan tetap relevan dalam menjelaskan perilaku investasi. Dengan demikian, meskipun model penelitian ini memiliki tingkat determinasi yang sangat tinggi, interpretasi hasil tetap perlu dilakukan secara hati-hati dengan mempertimbangkan kemungkinan adanya faktor lain di luar model serta potensi keterbatasan dalam generalisasi hasil penelitian.

Pembahasan

Interpretasi Pengaruh Literasi Keuangan Digital

Setelah dilakukan penelitian pada variabel literasi keuangan digital, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan digital terhadap perilaku investasi generasi Z pada platform Bibit. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki individu, maka semakin baik pula perilakunya. Temuan ini sejalan dengan *Behavioral Finance Theory* yang dikemukakan oleh [Kahneman &](#)

[Tversky', 1979](#)) serta didukung oleh penelitian ([Ferdian, 2024](#)) yang menyatakan bahwa kemampuan individu dalam memahami informasi keuangan menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan investasi. Dalam konteks generasi Z, literasi keuangan digital tidak hanya mencakup pemahaman konsep keuangan, tetapi juga kemampuan dalam memanfaatkan teknologi investasi, sehingga mampu mendorong perilaku investasi yang lebih rasional.

Interpretasi Pengaruh Persepsi Resiko

Setelah dilakukan penelitian pada variabel persepsi resiko, diketahui bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan literasi keuangan digital terhadap perilaku investasi generasi Z pada platform Bibit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki individu, maka kecenderungan untuk berinvestasi akan menurun. Temuan ini sesuai dengan *Prospect Theory* yang dikembangkan oleh ([Kahneman & Tversky', 1979](#)) yang menjelaskan bahwa individu cenderung menghindari risiko, terutama ketika dihadapkan pada kemungkinan kerugian. Dalam hal ini, generasi Z masih menunjukkan sikap kehati-hatian dalam berinvestasi, khususnya pada instrumen digital yang memiliki tingkat ketidakpastian yang relatif tinggi.

Interpretasi Pengaruh Kepercayaan *Fintech*

Setelah dilakukan penelitian berbeda dengan kedua variabel sebelumnya, kepercayaan *fintech* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa walaupun individu memiliki tingkat kepercayaan terhadap teknologi finansial, hal tersebut belum cukup untuk mendorong tindakan investasi secara langsung. Menurut *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh ([Davis, 1989](#)) penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Dengan demikian, kepercayaan saja belum cukup, melainkan perlu didukung oleh pengalaman penggunaan serta pemahaman yang memadai terhadap teknologi tersebut. Dalam konteks investasi digital, individu yang hanya memiliki kepercayaan terhadap platform *fintech* belum tentu memiliki perilaku investasi yang tinggi apabila belum merasakan manfaat nyata atau mengalami kemudahan dalam penggunaannya. Oleh karena itu, pengalaman interaksi dengan sistem, kemudahan navigasi aplikasi, serta kejelasan informasi yang diberikan oleh platform menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi teknologi secara lebih optimal. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan perlu diiringi dengan persepsi positif terhadap manfaat dan kemudahan agar dapat memengaruhi perilaku pengguna secara signifikan.

Interpretasi Pengaruh *Financial Self-Efficacy*

Financial self-efficacy dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku investasi. Hasil ini menarik karena secara teoritis, menurut konsep *self-efficacy* yang dikemukakan oleh ([Bandura, 1997](#)) individu yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuannya cenderung lebih aktif dalam bertindak. Namun dalam penelitian ini, hasil yang diperoleh justru menunjukkan arah sebaliknya. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa individu yang memiliki keyakinan finansial tinggi cenderung lebih berhati-hati dan selektif dalam mengambil keputusan investasi, sehingga tidak serta-merta meningkatkan perilaku investasi.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui perspektif *behavioral finance* yang menyatakan

bahwa tingkat keyakinan yang tinggi tidak selalu mendorong peningkatan aktivitas, melainkan dapat memunculkan sikap kehati-hatian yang lebih besar individu dengan *financial self-efficacy* tinggi cenderung melakukan evaluasi yang lebih mendalam terhadap risiko, mempertimbangkan berbagai alternatif investasi, serta menunda keputusan hingga merasa benar-benar yakin. Dalam konteks ini, keyakinan yang tinggi justru berperan sebagai mekanisme kontrol diri (*self-regulation*) yang membatasi tindakan impulsif dalam investasi. Selain itu, fenomena ini juga dapat dikaitkan dengan konsep pengambilan keputusan dalam teori perilaku yang dikemukakan oleh ([Kahneman & Tversky', 1979](#)), dimana individu cenderung menggunakan pertimbangan rasional dan emosional secara bersamaan dalam menghadapi risiko. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi tidak selalu bersifat *overconfident*, tetapi justru memiliki kesadaran risiko yang lebih baik sehingga cenderung lebih konservatif dalam berinvestasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan perilaku investasi, melainkan dapat berperan dalam membentuk keputusan investasi yang lebih hati-hati, terencana, dan berbasis pertimbangan risiko yang matang.

Interpretasi *Robo Advisor* Sebagai Variabel Moderasi

Setelah dilakukan penelitian terdapat beberapa temuan sebagai berikut; *robo advisor* yang berperan sebagai variabel moderasi juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku investasi. Namun, arah pengaruh yang ditunjukkan bersifat negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan *robo advisor* belum sepenuhnya mampu meningkatkan perilaku investasi generasi Z. Dalam perspektif *Technology Acceptance Model (TAM)*, teknologi seharusnya memberikan kemudahan dan meningkatkan efisiensi. Akan tetapi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemungkinan masih terdapat keterbatasan dalam pemahaman atau kepercayaan terhadap sistem otomatis yang digunakan dalam *robo advisor*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *robo advisor* berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara variabel independen dan perilaku investasi. Secara umum, peran moderasi ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan antar variabel. Pada hubungan antara literasi keuangan dan perilaku investasi, *robo advisor* cenderung memperlemah pengaruh tersebut, yang menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dapat mengurangi peran pengetahuan individu dalam pengambilan keputusan. Sementara itu, pada hubungan antara persepsi risiko, kepercayaan *fintech*, dan *financial self-efficacy* terhadap perilaku investasi, *robo advisor* justru memperkuat pengaruhnya. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi dapat mempertegas peran faktor psikologis dalam pengambilan keputusan investasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi Generasi Z pada platform investasi digital Bibit, yang berarti semakin tinggi pemahaman individu mengenai keuangan digital, maka semakin baik pula perilaku investasinya. Sebaliknya, persepsi risiko dan *financial self-efficacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku investasi, sehingga individu dengan tingkat kehati-hatian dan keyakinan finansial yang tinggi cenderung lebih selektif dalam mengambil keputusan investasi. Kepercayaan *fintech* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi, sehingga kepercayaan terhadap teknologi finansial

saja belum cukup untuk meningkatkan aktivitas investasi tanpa didukung faktor lain. *Robo advisor* juga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku investasi. Namun, sebagai variabel moderasi, *robo advisor* mampu memperlemah pengaruh literasi keuangan digital serta memperkuat pengaruh persepsi risiko, kepercayaan *fintech*, dan *financial self-efficacy* terhadap perilaku investasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa teknologi investasi berbasis algoritma memiliki peran penting dalam membentuk keputusan investasi generasi Z melalui penguatan faktor psikologis dan perilaku finansial di era digital. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi perusahaan *fintech*, investor muda, dan lembaga keuangan dalam mengembangkan edukasi investasi digital yang adaptif, aman, inovatif, inklusif, dan berkelanjutan di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan pemerintah dalam meningkatkan literasi keuangan digital masyarakat secara merata dan berkelanjutan di Indonesia.

REFERENSI

- Adinugroho, H. Y. (2025). *Robotic Advisors , Risk Tolerance , and Trust : Their Impact on Sharia-Compliant Investment Decisions in Fintech Applications (A Study of Generation Z Retail Investors in Jakarta)*. 4(2), 936–953. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/jmes.2025.042-05>
- Afriani, I., Suriani, A., Desyandri, D., & Sukma, E. (2025). Peningkatan Keterampilan Menulis Teks Eksplanasi Menggunakan Model RADEC Berbantuan Media Audiovisual pada Peserta Didik Kelas V SDN 24 Ujung Gurun. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(3), 3480–3490. <https://doi.org/10.54373/imej.v6i3.3126>
- Amelia, D., Andiani, P., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Karawang, U. S., & Maria, R. (2023). *Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Z Devina*. 9, 3468–3475. <https://doi.org/https://doi.org/10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1226>
- Amory, J. D. S., Mudo, M., & J, R. (2025). Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608> e-ISSN
- Arianti, E. J., & Purbowati, R. (2024). Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Generasi Z Di ITEBIS PGRI Dewantara Jombang). *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 09, 1–23.
- Arifianto, A., & Purnomo, M. S. (2024). The Role of Marketing Management in The Development of Islamic Education Services. *JERIT: Journal of Educational Research and Innovation Technology*, 1(2), 112–122. <https://doi.org/10.34125/jerit.v1i2.14>
- Aulia, S., & Mustika, U. N. (2024). *Peran mediasi literasi keuangan dalam keputusan investasi bagi Generasi Z : Pengujian bias-bias perilaku*. 4(3), 565–580. [/https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i3.1334](https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i3.1334)
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control* (Vol. 11). Freeman.
- Baroud, N., Alouzi, K., Elfzzani, Z., Ayad, N., & Albshkar, H. (2024). Educators' Perspectives on Using (AI) As A Content Creation Tool in Libyan Higher Education: A Case Study of The University of Zawia. *JERIT: Journal of Educational Research and Innovation Technology*, 1(2), 61–70. <https://doi.org/10.34125/jerit.v1i2.12>
- Berdi, B., & Nardin, R. (2024). Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna

- Media sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 589–593. <https://doi.org/10.56799/peshum.v3i4.4184>
- Davis, F. D. (1989). Technology acceptance model: TAM. *Al-Suqri, MN, Al-Aufi, AS: Information Seeking Behavior and Technology Adoption*, 205(219), 5.
- Ferdian, R., & Pontianak, U. M. (2024). *Literature Review Pengaruh Behavioral Finance terhadap Keputusan Investasi : Tinjauan Literatur Sistematis*. 1(7), 1058–1071.
- Hasan, Z., & Indonesia, B. R. (2024). *THE IMPACT OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY ON CONSUMER PROTECTION , INVESTOR SECURITY , AND FINANCIAL*. 7(2), 55–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.53840/ijiefer165>
- Hidayat, A. N., Wijyantini, B., & Puspitadewi, I. (2025). Perilaku Investasi Mahasiswa Gen Z: Literasi, Persepsi Risiko, Dan Efikasi Finansial. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(1), 94–107.
- Kahneman, D., & Tversky', A. (1979). PROSPECT THEORY: AN ANALYSIS OF DECISION UNDER RISK. *Journal of the Econometric Society*, 47(2), 263–292.
- OECD. (2021). *Digital Delivery of Financial Education: Design and Practice*. 40 pages.
- OJK. (2022). Infografis Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. In *Otoritas Jasa Keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Putri, V. Y., Halim, R. M., Fahira, T. N., & Janice, S. N. (2023). Keuangan generasi z: Tingkat literasi dalam rangka peningkatan inklusi keuangan digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), 188–200. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i2.19068>
- RI, K. (n.d.). Investasi: Tren Baru Anak Muda Indonesia yang Melek Finansial. In *Media Keuangan*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Rizky, D., Rina, R., & Vivi, H. (2025). *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi The Influence of Financial Self-Efficacy , Risk Perception , Financial Literacy , and Herding on Investment Decision*. 8(2), 535–547. <https://doi.org/https://doi.org/10.57178/atestasi.v8i2.1692> Atestasi:
- Septiyani, & Wediawati. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Journal of Business and Management*, 8(2), 299–313. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v13i1.4924>
- Yuliyanti, L., & Muntashofi, B. (2025). *DIGITAL FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR AS DRIVEN OF INVESTMENT DECISIONS*. 37–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/jpai.v23i2.89538>
- Yolanda, N. S., & Laia, N. (2024). Practicality of Mathematics Learning Media Using Applications PowToon. *JERIT: Journal of Educational Research and Innovation Technology*, 1(1), 27–35. <https://doi.org/10.34125/jerit.v1i1.4>

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA