

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi. Artinya, semakin tinggi kemampuan seseorang dalam memahami dan menilai keputusan finansial, maka semakin besar pula minat mereka untuk berinvestasi dalam aset digital.
2. Motivasi Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan untuk mencapai kebebasan finansial menjadi pemicu utama bagi generasi milenial dalam membentuk minat terhadap investasi cryptocurrency.
3. Social Media Influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi. Ini berarti bahwa influencer yang mampu menyampaikan informasi investasi dengan cara yang relevan dan menarik dapat secara efektif membentuk minat investasi di kalangan generasi milenial Jakarta.
4. Social Media Influencer tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara Literasi Keuangan dan Minat Investasi. Artinya, generasi milenial yang memiliki pemahaman finansial cenderung mengandalkan analisis pribadi dibandingkan pengaruh influencer.
5. Social Media Influencer tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara Motivasi Investasi dan Minat Investasi. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan internal untuk berinvestasi tidak menjadi lebih kuat meskipun dipengaruhi oleh keberadaan influencer.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis indikator terlemah dari masing-masing variabel, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan penelitian selanjutnya maupun praktik edukasi investasi di kalangan generasi milenial:

1. Literasi Keuangan: Indikator Kemampuan berkomunikasi tentang keuangan memiliki nilai terendah. Oleh karena itu, disarankan agar edukasi keuangan

tidak hanya fokus pada pemahaman konsep, tetapi juga melatih kemampuan generasi milenial dalam menyampaikan informasi investasi secara jelas dan mudah dipahami, misalnya melalui simulasi diskusi atau konten edukatif berbasis narasi.

2. **Motivasi Investasi: Indikator Perubahan Energi** menunjukkan nilai terendah. Disarankan agar kampanye literasi investasi lebih menekankan aspek emosional dan psikologis, seperti membangun antusiasme dan rasa percaya diri melalui testimoni investor muda atau konten motivasional yang relevan dengan gaya hidup milenial.
3. **Social Media Influencer: Indikator Keterlibatan Audiens (Engagement Rate)** memiliki nilai terendah. Maka, disarankan agar influencer tidak hanya mengandalkan interaksi tinggi, tetapi juga meningkatkan kualitas konten edukatif dan kredibilitas informasi agar keterlibatan audiens berkontribusi nyata terhadap minat investasi.
4. **Minat Investasi: Indikator Keinginan Menggali Informasi** tentang Investasi memiliki nilai terendah. Oleh karena itu, perlu adanya strategi untuk mendorong perilaku eksploratif, seperti menyediakan akses mudah ke sumber informasi terpercaya, webinar interaktif, atau fitur rekomendasi konten yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.
5. **Moderasi Influencer: Mengingat dua indikator moderasi** menunjukkan kontribusi rendah dalam memperkuat hubungan Literasi Keuangan dan Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi, disarankan agar peran influencer lebih diarahkan pada penyampaian konten edukatif yang kredibel dan relevan, bukan sekadar promosi atau endorsement, agar efektivitas moderasi dapat meningkat secara signifikan.