

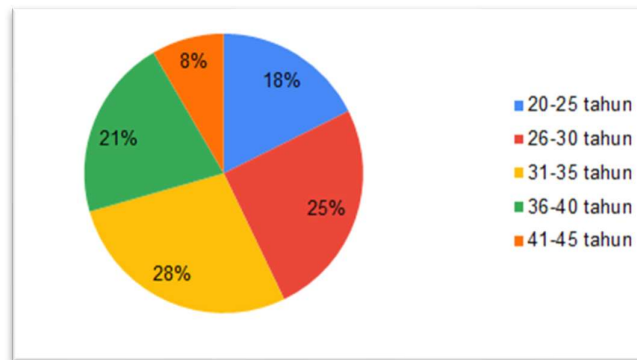
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada Gambar 4.1 sebagai berikut.



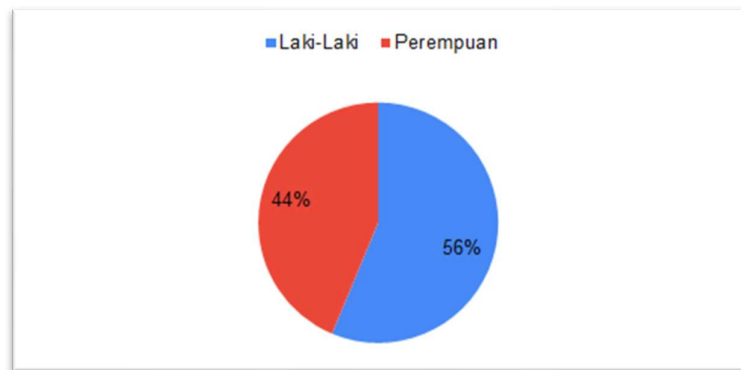
Sumber: Data diolah oleh Penulis (2026)

Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan Gambar 4.1, diketahui bahwa dari total 119 responden, mayoritas responden berada pada rentang usia 31–35 tahun dengan persentase sebesar 28% atau sebanyak 33 orang. Selanjutnya, responden berusia 26–30 tahun menempati urutan kedua dengan persentase 25% atau sebanyak 30 orang, diikuti oleh responden berusia 36–40 tahun sebesar 21% atau sebanyak 25 orang. Adapun responden berusia 20–25 tahun berjumlah 21 orang atau sebesar 18%. Sementara itu, kelompok usia 41–45 tahun merupakan kelompok dengan jumlah responden paling sedikit, yaitu sebesar 8% atau sebanyak 10 orang.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Gambar 4.2 sebagai berikut.



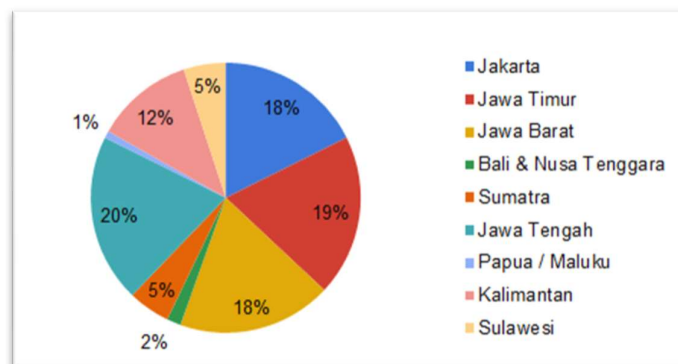
Sumber: Data diolah oleh Penulis (2026)

Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4.2, diketahui bahwa dari total 119 responden, sebanyak 67 responden (56%) berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 52 responden (44%) berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki, meskipun partisipasi responden perempuan juga cukup signifikan.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili

Karakteristik responden berdasarkan wilayah domisili disajikan pada Gambar 4.3 sebagai berikut.



Sumber: Data diolah oleh Penulis (2026)

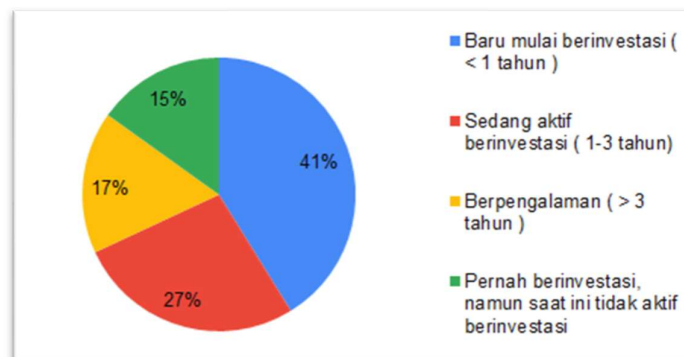
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Wilayah Domisili

Berdasarkan Gambar 4.3, responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Responden terbanyak berasal dari Jawa Tengah sebanyak 24

orang (20%), diikuti oleh Jawa Timur sebanyak 23 orang (19%), Jawa Barat sebanyak 22 orang (19%), dan DKI Jakarta sebanyak 21 orang (18%). Selain itu, responden juga berasal dari wilayah Kalimantan sebanyak 14 orang (12%), Sumatera dan Sulawesi masing-masing sebanyak 6 orang (5%), Bali dan Nusa Tenggara sebanyak 2 orang (2%), serta Papua/Maluku sebanyak 1 orang (1%). Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki persebaran wilayah yang cukup beragam.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Investasi

Karakteristik responden berdasarkan pengalaman investasi disajikan pada Gambar 4.4 sebagai berikut.



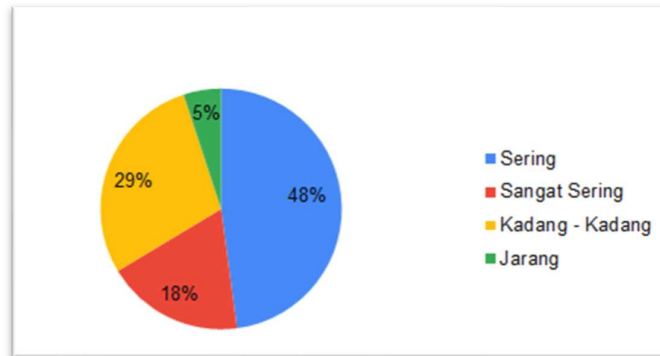
Sumber: Data diolah oleh Penulis (2026)

Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pengalaman Investasi

Berdasarkan Gambar 4.4, diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan individu yang baru mulai berinvestasi dengan pengalaman kurang dari 1 tahun, yaitu sebanyak 49 responden (41%). Selanjutnya, 32 responden (27%) merupakan responden yang sedang aktif berinvestasi dengan pengalaman 1–3 tahun, dan 20 responden (17%) termasuk dalam kategori berpengalaman dengan pengalaman lebih dari 3 tahun. Sementara itu, terdapat 18 responden (15%) yang pernah berinvestasi namun saat ini tidak aktif berinvestasi. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden masih berada pada tahap awal hingga menengah dalam aktivitas investasi.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengikuti Konten Investasi di Media Sosial

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi mengikuti konten investasi di media sosial disajikan pada Gambar 4.5 sebagai berikut.



Sumber: Data diolah oleh Penulis (2026)

Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Frekuensi Mengikuti Konten Investasi

Berdasarkan Gambar 4.5, diketahui bahwa sebagian besar responden sering mengikuti konten terkait investasi di media sosial, yaitu sebanyak 57 responden (48%). Sebanyak 22 responden (18%) menyatakan sangat sering mengikuti konten investasi, sedangkan 34 responden (29%) menyatakan kadang-kadang mengikuti konten investasi. Adapun responden yang jarang mengikuti konten investasi berjumlah 6 responden (5%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat paparan informasi investasi yang cukup tinggi melalui media social.

2. Deskripsi Data Penelitian

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data dari masing-masing variabel penelitian secara ringkas dalam bentuk tabel disertai dengan penjelasan singkat. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan, perilaku *herding*, media sosial, dan keputusan investasi saham, sebagaimana disajikan pada tabel di bawah ini.

a. Deskriptif Data Variabel Penelitian

1) Deskripsi Data Variabel Literasi Keuangan

Deskripsi data responden pada *item* pernyataan yang berkaitan dengan indikator literasi keuangan disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Data Responden Pada Variabel Literasi Keuangan

No	Pernyataan	N	Jawaban				Total	Rata-Rata
			1	2	3	4		
1	Saya menyiapkan dana khusus untuk kegiatan investasi (X1.1)	119	10	14	60	35	358	3,008
2	Saya berhati-hati dan bijaksana dalam mengelola uang (X1.2)	119	6	13	39	61	393	3,303
3	Saya memeriksa anggaran saya untuk mengetahui kondisi keuangan saya (X1.3)	119	5	16	54	44	375	3,151
4	Saya merasa lebih tenang jika telah merencanakan keuangan untuk 1–2 tahun ke depan (X1.4)	119	8	17	50	44	368	3,092
Total		476	29	60	203	184	1.494	-
Rata-Rata		-	-	-	-	-	-	3,139

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2026)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif variabel literasi keuangan, diketahui jumlah responden sebanyak 119 responden, dengan total jawaban sangat tidak setuju sebanyak 29, tidak setuju sebanyak 60, setuju sebanyak 203, dan sangat setuju sebanyak 184. Total skor jawaban yang diperoleh sebesar 1.511 dengan nilai rata-rata sebesar 3,139 yang diukur menggunakan skala Likert 1–4. Nilai ini berada di atas 3 dan jauh di atas nilai tengah 2,5, sehingga menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap *item* pernyataan literasi keuangan. Artinya, tingkat literasi keuangan responden dapat dikategorikan cukup tinggi, yang tercermin dari adanya perencanaan keuangan, pengelolaan keuangan pribadi, pengendalian diri, dan kepercayaan diri finansial.

Indikator X1.2 “Saya berhati-hati dan bijaksana dalam mengelola uang” memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,303 dibandingkan indikator lainnya pada variabel literasi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki kesadaran yang baik dalam mengelola keuangan secara hati-hati dan bijaksana. Perilaku tersebut merupakan bentuk dasar literasi keuangan yang lebih

mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dibandingkan dengan kegiatan perencanaan keuangan yang lebih kompleks, seperti menyiapkan dana investasi atau melakukan evaluasi anggaran secara rutin, sehingga mayoritas responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju pada pernyataan ini.

2) Deskripsi Data Variabel Perilaku *Herding*

Deskripsi data responden pada *item* pernyataan yang berkaitan dengan indikator perilaku *herding* disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. 2 Data Responden pada Variabel Perilaku Herding

No	Pernyataan	N	Jawaban				Total	Rata-Rata
			1	2	3	4		
1	Saya mengikuti rekomendasi investasi saham yang ramai dibicarakan atau dianjurkan oleh banyak investor, termasuk influencer (X2.1)	119	11	30	54	24	329	2,765
2	Keputusan investasi saya sering dipengaruhi oleh pendapat dari teman atau rekan kerja (X2.2)	119	13	20	45	41	352	2,958
3	Saya tidak ingin ketinggalan peluang keuntungan dari saham yang direkomendasikan influencer atau sedang tren di media sosial (X2.3)	119	9	30	41	39	348	2,924
4	Keputusan investor lain dalam membeli atau menjual saham memengaruhi keputusan investasi saham yang saya ambil (X2.4)	119	14	13	60	32	348	2,924
Total		476	47	93	200	136	1.377	-
Rata-Rata		-	-	-	-	-	-	2,893

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2026)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif variabel perilaku *herding*, diketahui jumlah responden sebanyak 119 responden, dengan total jawaban sangat tidak setuju sebanyak 47, tidak setuju sebanyak 93, setuju sebanyak 200, dan sangat setuju sebanyak 136. Total skor jawaban yang diperoleh sebesar 1.377 dengan nilai rata-rata sebesar 2,893 yang diukur menggunakan skala Likert 1–4. Nilai ini berada di atas 3 dan nilai tengah 2,5, sehingga menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap *item* pernyataan perilaku *herding*. Artinya, responden memiliki

kecenderungan cukup tinggi untuk dipengaruhi oleh investor lain, rekomendasi populer, serta fenomena FOMO dalam pengambilan keputusan investasi saham.

Indikator X2.2 “Keputusan investasi saya sering dipengaruhi oleh pendapat dan teman atau rekan kerja” memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 2,958 dibandingkan indikator lainnya pada variabel perilaku herding. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden cenderung mempertimbangkan atau mengikuti pendapat orang terdekat seperti teman maupun rekan kerja dalam mengambil keputusan investasi saham. Pengaruh lingkungan sosial tersebut dapat terjadi karena responden merasa lebih yakin ketika memperoleh informasi atau rekomendasi dari orang yang dianggap memiliki pengalaman atau pengetahuan dalam investasi, sehingga kecenderungan mengikuti keputusan orang lain menjadi lebih tinggi.

3) Deskripsi Data Variabel Media Sosial

Deskripsi data responden pada *item* pernyataan yang berkaitan dengan indikator media sosial disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. 3 Data Responden pada Variabel Media Sosial

No .	Pernyataan	N	Jawaban				Total	Rata-Rata
			1	2	3	4		
1	Saya sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai investasi (X3.1)	119	8	15	51	45	371	3,118
2	Konten terkait investasi di media sosial membantu saya dalam mengambil keputusan investasi saham (X3.2)	119	7	20	50	42	365	3,067
3	Saya mempercayai rekomendasi saham dari influencer keuangan di media sosial. (X3.3)	119	36	47	21	15	253	2,126
4	Media sosial membantu saya menemukan peluang investasi saham yang baru (X3.4)	119	8	15	61	35	361	3,034
Total		476	59	97	183	137	1.350	-
Rata-Rata		-	-	-	-	-	-	2,836

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2026)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif variabel media sosial, diketahui jumlah responden sebanyak 119 responden, dengan total jawaban sangat tidak setuju

sebanyak 59, tidak setuju sebanyak 97, setuju sebanyak 183, dan sangat setuju sebanyak 137. Total skor jawaban yang diperoleh sebesar 1.350 dengan nilai rata-rata sebesar 2,836 yang diukur menggunakan skala Likert 1–4. Nilai ini berada di atas 3 dan nilai tengah 2,5, sehingga menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa media sosial berperan dalam memberikan informasi serta memengaruhi keputusan investasi saham. Artinya, media sosial menjadi salah satu faktor yang mendorong responden dalam mengambil keputusan investasi, baik melalui informasi yang dibagikan, rekomendasi yang sedang populer, maupun munculnya fenomena FOMO.”

Indikator X3.1 “Saya sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai investasi” memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,118 dibandingkan indikator lainnya pada variabel media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memanfaatkan media sosial sebagai sumber utama untuk memperoleh informasi terkait investasi saham. Kemudahan akses informasi, banyaknya konten edukasi investasi, serta kecepatan penyebaran informasi di berbagai platform media sosial membuat responden lebih sering menggunakan media sosial untuk menambah wawasan sebelum mengambil keputusan investasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial berperan cukup penting dalam membantu responden memperoleh informasi yang berkaitan dengan aktivitas investasi.

4) Deskripsi Data Variabel Keputusan Investasi Saham

Deskripsi data responden pada *item* pernyataan yang berkaitan dengan indikator keputusan investasi saham disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. 4 Data Responden pada Variabel Keputusan Investasi Saham

No.	Pernyataan	N	Jawaban				Total	Rata-Rata
			1	2	3	4		
1	Dengan mempertimbangkan peluang investasi yang tersedia, saya memutuskan untuk berinvestasi pada saham dibandingkan obligasi pendapatan tetap (Y1)	119	12	15	58	34	352	2,958
2	Saya mengambil keputusan membeli saham dengan mempertimbangkan informasi historis saham, seperti return	119	6	14	55	44	375	3,151

No.	Pernyataan	N	Jawaban				Total	Rata-Rata
			1	2	3	4		
	historis serta pergerakan harga di masa lalu (Y2)							
3	Keputusan saya untuk membeli saham didasarkan pada analisis fundamental perusahaan, seperti dividen, arus kas, dan pertumbuhan pendapatan (Y3)	119	7	14	44	54	383	3,218
4	Saya memutuskan membeli saham yang memiliki kinerja kurang baik di masa lalu dengan harapan kinerja saham tersebut membaik di masa depan (Y4)	119	13	24	46	36	343	2,882
Total		476	38	67	203	168	1.453	-
Rata-Rata		-	-	-	-	-	-	3,053

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2026)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif variabel keputusan investasi saham, diketahui jumlah responden sebanyak 119 responden, dengan total jawaban sangat tidak setuju sebanyak 38, tidak setuju sebanyak 67, setuju sebanyak 203, dan sangat setuju sebanyak 168. Total skor jawaban yang diperoleh sebesar 1.453 dengan nilai rata-rata sebesar 3,053 yang diukur menggunakan skala Likert 1–4. Nilai ini berada di atas 3 dan nilai tengah 2,5, sehingga menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap *item* pernyataan yang menggambarkan perilaku pengambilan keputusan investasi saham. Artinya, responden relatif aktif dan rasional dalam mempertimbangkan informasi historis, analisis fundamental, serta strategi tertentu dalam memilih saham.

Indikator Y3 “Keputusan saya untuk membeli saham didasarkan pada analisis fundamental perusahaan, seperti dividen, arus kas, dan pertumbuhan pendapatan” memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,218 dibandingkan indikator lainnya pada variabel keputusan investasi saham. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung mempertimbangkan aspek fundamental perusahaan sebelum mengambil keputusan investasi. Analisis terhadap faktor-faktor seperti dividen, arus kas, dan pertumbuhan pendapatan dianggap penting karena dapat memberikan gambaran mengenai kinerja dan prospek perusahaan di masa depan, sehingga responden merasa lebih yakin dalam menentukan keputusan untuk membeli saham.

b. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi (Sugiyono, 2023). Berikut ini merupakan tabel hasil uji statistik deskriptif.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif

<i>Indikator</i>	<i>Mean</i>	<i>Scale min</i>	<i>Scale max</i>	<i>Standard deviation</i>
X1.1	3.008	1.000	4.000	0.865
X1.2	3.303	1.000	4.000	0.856
X1.3	3.151	1.000	4.000	0.806
X1.4	3.092	1.000	4.000	0.879
X2.1	2.765	1.000	4.000	0.876
X2.2	2.958	1.000	4.000	0.974
X2.3	2.924	1.000	4.000	0.936
X2.4	2.924	1.000	4.000	0.918
X3.1	3.118	1.000	4.000	0.871
X3.2	3.067	1.000	4.000	0.867
X3.3	2.126	1.000	4.000	0.984
X3.4	3.034	1.000	4.000	0.829
Y1	2.958	1.000	4.000	0.902
Y2	3.151	1.000	4.000	0.816
Y3	3.218	1.000	4.000	0.871
Y4	2.882	1.000	4.000	0.963

Sumber: Data diolah oleh SmartPLS (2026)

Penjelasan hasil uji statistik deskriptif berdasarkan Tabel 4.5 dari masing-masing *item* pernyataan pada variabel penelitian adalah sebagai berikut.

1) Variabel Literasi Keuangan (X1)

Variabel literasi keuangan memiliki jumlah sampel sebanyak 119 responden dengan nilai terendah (*minimum*) sebesar 1, serta nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 4. Nilai rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada indikator X1.2 sebesar 3,303, sedangkan nilai standar deviasi tertinggi terdapat pada indikator X1.4

sebesar 0,879. Nilai rata-rata yang relatif tinggi pada indikator X1.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pemahaman yang baik terhadap aspek literasi keuangan yang diukur pada indikator tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa responden cenderung mampu memahami konsep keuangan dasar dalam pengambilan keputusan investasi saham. Sementara itu, nilai standar deviasi tertinggi pada indikator X1.4 menunjukkan adanya variasi jawaban responden yang cukup beragam, yang menandakan bahwa tidak seluruh responden memiliki tingkat literasi keuangan yang sama, terutama dalam aspek yang diukur oleh indikator tersebut.

2) Variabel Perilaku *Herding* (X2)

Variabel Perilaku *herding* memiliki jumlah sampel sebanyak 119 responden dengan nilai terendah (*minimum*) sebesar 1, serta nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 4. Nilai rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada indikator X2.2 sebesar 2,958, sedangkan nilai standar deviasi tertinggi terdapat pada indikator X2.2 sebesar 0,974. Nilai rata-rata indikator X2.2 yang mendekati angka 3 menunjukkan bahwa responden cenderung cukup sering mempertimbangkan keputusan investor lain dalam pengambilan keputusan investasi saham. Hal ini mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku *herding* pada responden, meskipun tidak berada pada tingkat yang sangat tinggi. Nilai standar deviasi yang relatif besar pada indikator yang sama menunjukkan adanya perbedaan perilaku antar responden, di mana sebagian investor cenderung mengikuti mayoritas, sementara sebagian lainnya lebih independen dalam mengambil keputusan investasi.

3) Variabel Media Sosial (X3)

Variabel media sosial memiliki jumlah sampel sebanyak 119 responden dengan nilai terendah (*minimum*) sebesar 1, serta nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 4. Nilai rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada indikator X3.1 sebesar 3,118, sedangkan nilai standar deviasi tertinggi terdapat pada indikator X3.3 sebesar 0,984. Nilai rata-rata yang relatif tinggi pada indikator X3.1 menunjukkan bahwa responden cenderung aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi terkait investasi saham. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan pengetahuan investasi

responden. Sementara itu, tingginya standar deviasi pada indikator X3.3 menunjukkan adanya perbedaan tingkat kepercayaan responden terhadap informasi investasi yang diperoleh dari media sosial, yang menandakan bahwa tidak semua responden menerima informasi tersebut secara sama.

4) Variabel Keputusan Investasi Saham (Y)

Variabel keputusan investasi Saham memiliki jumlah sampel sebanyak 119 responden dengan nilai terendah (*minimum*) sebesar 1, serta nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 4. Nilai rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada indikator Y3 sebesar 3,218, sedangkan nilai standar deviasi tertinggi terdapat pada indikator Y4 sebesar 0,963. Nilai rata-rata yang relatif tinggi pada indikator Y3 menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki kecenderungan positif dalam mengambil keputusan investasi saham, khususnya pada aspek yang diukur oleh indikator tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa responden cukup percaya diri dalam menentukan keputusan investasi. Namun, nilai standar deviasi yang relatif tinggi pada indikator Y4 menunjukkan adanya variasi dalam cara responden mengevaluasi keputusannya, yang mencerminkan perbedaan tingkat kehati-hatian dan pertimbangan risiko antar investor.

Berdasarkan hasil statistik deskriptif seluruh variabel penelitian, nilai rata-rata (*mean*) pada masing-masing *item* indikator cenderung lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data relatif homogen dan tidak terdapat kesenjangan data yang ekstrem. Dengan demikian, jawaban responden dapat dikatakan cukup konsisten dan data penelitian layak digunakan dalam analisis lebih lanjut menggunakan metode *Partial Least Square (PLS-SEM)*.

3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer Model mendefinisikan konstruk atau variabel laten. Model ini menggambarkan hubungan antara indikator dengan variabel latennya (Hair *et al.*, 2019). *Outer Model* pada konstruk dengan indikator reflektif dilakukan melalui pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk menggunakan reliabilitas komposit dan *cronbach's alpha*.

1) Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

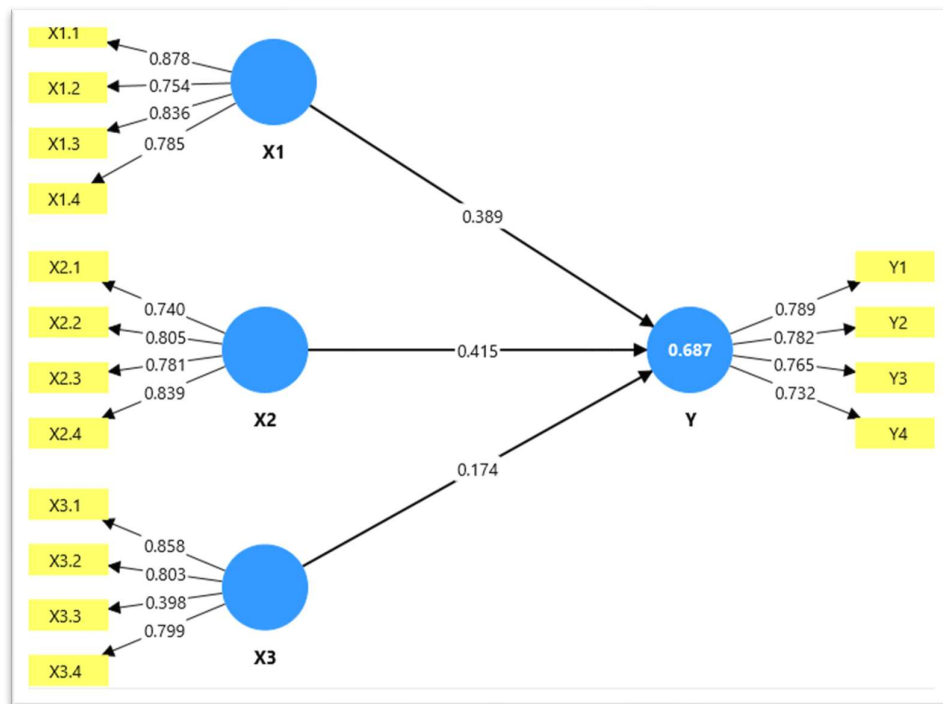
Pengujian terhadap nilai koefisien variabel laten dengan indikator reflektif menunjukkan bahwa pengukuran menggunakan *outer loading* dengan nilai $> 0,7$. Hasil pengujian yang menunjukkan nilai kisaran 0,5 hingga 0,6 masih diakui dan dinyatakan valid atau dapat diterima.

Tabel 4. 6 Hasil Uji *Outer loading* Tahap Pertama

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.1	0.878	Valid
	X1.2	0.754	Valid
	X1.3	0.836	Valid
	X1.4	0.785	Valid
Perilaku <i>Herding</i>	X2.1	0.740	Valid
	X2.2	0.805	Valid
	X2.3	0.781	Valid
	X2.4	0.839	Valid
Media Sosial	X3.1	0.858	Valid
	X3.2	0.803	Valid
	X3.3	0.398	Tidak Valid
	X3.4	0.799	Valid
Keputusan Investasi Saham	Y1	0.789	Valid
	Y2	0.782	Valid
	Y3	0.765	Valid
	Y4	0.732	Valid

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Untuk menilai validitas konvergen pada model pengukuran reflektif, penelitian ini menggunakan nilai *outer loading* setiap indikator terhadap konstruk laten yang diukurnya. Hasil pengujian *outer loading* tahap pertama disajikan pada Tabel 4.6 dan divisualisasikan melalui model pengukuran pada Gambar 4.7 berikut.



Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Gambar 4. 6 Outer Model (Tahap Pertama)

Gambar 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar indikator pada masing-masing variabel penelitian memiliki nilai *outer loading* lebih dari 0,70, sehingga dapat dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur. Hal ini sejalan dengan pendapat Hair *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa nilai *outer loading* $\geq 0,70$ menunjukkan tingkat validitas konvergen yang baik pada model pengukuran reflektif. Namun demikian, terdapat satu indikator pada variabel Media Sosial (X3), yaitu indikator X3.3, yang memiliki nilai *outer loading* sebesar 0,398, sehingga belum memenuhi kriteria validitas konvergen.

Menurut Hair *et al.* (2017), indikator reflektif dengan nilai *outer loading* di bawah 0,40 sebaiknya dihapus dari model karena tidak mampu merepresentasikan konstruk secara memadai. Oleh karena itu, indikator X3.3 dinyatakan tidak valid secara konvergen dan dikeluarkan dari model penelitian. Penghapusan indikator dengan nilai *outer loading* rendah ini dilakukan untuk meningkatkan validitas dan keandalan (reliabilitas) model pengukuran secara keseluruhan.

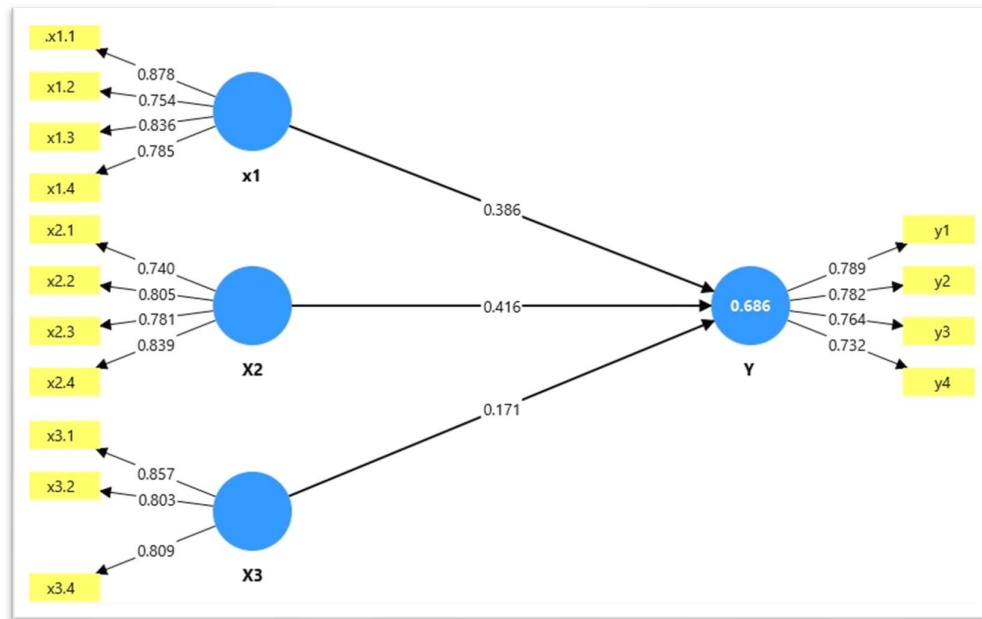
Setelah dilakukan penghapusan, hasil uji *outer loading* ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 4. 7 Hasil Uji *Outer loading* (Tahap Kedua)

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.1	0.878	Valid
	X1.2	0.754	Valid
	X1.3	0.836	Valid
	X1.4	0.785	Valid
Perilaku <i>Herding</i>	X2.1	0.740	Valid
	X2.2	0.805	Valid
	X2.3	0.781	Valid
	X2.4	0.839	Valid
Media Sosial	X3.1	0.858	Valid
	X3.2	0.803	Valid
	X3.4	0.799	Valid
Keputusan Investas Sahami	Y1	0.789	Valid
	Y2	0.782	Valid
	Y3	0.765	Valid
	Y4	0.732	Valid

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Untuk menilai validitas konvergen pada model pengukuran reflektif, penelitian ini menggunakan nilai *outer loading* setiap indikator terhadap konstruk laten yang diukurnya. Hasil pengujian *outer loading* tahap Kedua disajikan pada Tabel 4.7 dan divisualisasikan melalui model pengukuran pada Gambar 4.7 berikut.



Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Gambar 4. 7 Outer Model (Tahap Kedua)

Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan melakukan perbandingan terhadap nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari masing-masing variabel yang ada. Nilai dari uji ini harus mencapai lebih dari 0,5. Jika nilai AVE kurang dari 0,5, maka dapat dikatakan nilai dari validitas tersebut tidak baik.

Tabel 4. 8 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Keputusan Investasi Saham	0,589
Literasi keuangan	0,664
Perilaku <i>Herding</i>	0,628
Media Sosial	0,678

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai AVE dari seluruh variabel mendapat nilai di atas 0,5. Pada variabel keputusan investasi saham memiliki nilai AVE sebesar 0,589, variabel literasi keuangan memiliki nilai AVE sebesar 0,664, variabel perilaku *herding* memiliki nilai AVE sebesar 0,628, dan variabel media sosial memiliki nilai AVE sebesar 0,678 Berdasarkan hasil uji tersebut, diketahui bahwa seluruh instrumen yang digunakan pada penelitian ini memiliki hasil yang valid atas pengujian AVE.

2) Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Suatu konstruk dikatakan memenuhi validitas diskriminan apabila indikator-indikator yang mengukurnya memiliki nilai loading yang lebih tinggi pada konstruk yang dimaksud dibandingkan dengan loading pada konstruk lain. Salah satu cara yang digunakan untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan melihat nilai *cross loading* antar indikator.

Hasil pengujian validitas diskriminan melalui nilai *cross loading* pada masing-masing indikator dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.9 berikut.

Tabel 4. 9 Cross Loading

	Literasi keuangan	Perilaku <i>Herding</i>	Media Sosial	Keputusan Investasi Saham
.x1.1	0,878	0,515	0,56	0,662
x1.2	0,754	0,448	0,484	0,502
x1.3	0,836	0,501	0,439	0,646
x1.4	0,785	0,441	0,357	0,539
x2.1	0,401	0,74	0,433	0,451
x2.2	0,418	0,805	0,364	0,596
x2.3	0,444	0,781	0,384	0,561
x2.4	0,574	0,839	0,417	0,667
x3.1	0,471	0,343	0,857	0,471
x3.2	0,428	0,435	0,803	0,512
x3.4	0,501	0,452	0,809	0,491
y1	0,586	0,605	0,521	0,789
y2	0,58	0,586	0,463	0,782
y3	0,585	0,463	0,498	0,764
y4	0,475	0,575	0,343	0,732

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Tabel 4.9 *Cross Loading* menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai *cross loading* tertinggi pada konstruk latennya masing-masing dibandingkan dengan konstruk laten lainnya. Indikator literasi keuangan (X1) memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk literasi keuangan, indikator perilaku *herding* (X2) memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk perilaku *herding*, indikator media sosial (X3) memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk media sosial, serta indikator keputusan investasi saham (Y) memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk keputusan investasi saham. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan pendekatan *cross loading*, karena setiap indikator mampu membedakan konstruk yang diukur dengan baik.

3) Uji Reliabilitas Konstruk (*Construct Reliability*)

Uji reliabilitas konstruk bertujuan untuk mengukur konsistensi internal indikator dalam merepresentasikan konstruk laten. Dalam penelitian ini, reliabilitas konstruk dievaluasi menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. *Composite reliability* menilai reliabilitas konstruk dengan mempertimbangkan bobot masing-masing indikator, sedangkan *Cronbach's Alpha* mengukur konsistensi internal indikator secara umum. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$. Hasil pengujian reliabilitas konstruk untuk masing-masing variabel penelitian disajikan pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Konstruk

Variabel	<i>Composite Reliability</i> (rho_a)	<i>Composite Reliability</i> (rho_c)	<i>Cronbach's Alpha</i>
Keputusan Investasi Saham	0,771	0,851	0,767
Literasi keuangan	0,844	0,887	0,831
Perilaku <i>Herding</i>	0,817	0,817	0,803
Media Sosial	0,762	0,887	0,762

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Tabel 4.10 Berdasarkan *composite reliability* (rho-c) dan *cronbach's alpha* seluruh variabel penelitian memiliki nilai reliabilitas konstruk yang telah memenuhi kriteria memadai atau reliabel yang berada di atas kriteria reabilitas oleh Hair *et al.* (2019), yaitu 0,70. Nilai *composite reliability* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator pada setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur variabel laten yang bersangkutan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah memadai atau reliabel dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut pada model struktural.

b. Evaluasi Model Stuktural (*Inner Model*)

1) Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (*R-Square*) yang disajikan pada Tabel X, menunjukkan bahwa variabel Keputusan Investasi Saham (Y) memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,686 atau 68,6%. Nilai *R-Square* tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan, perilaku *herding*, media sosial dalam penelitian ini mampu menjelaskan keputusan investasi sebesar 68,6%, sedangkan sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam model penelitian.

Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	<i>R-Square</i>	<i>Adjusted R-Square</i>
Keputusan Investasi Saham	0,686	0,678

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Nilai *R-Square* sebesar 0,686 dapat dikategorikan ke dalam model yang moderat (Sedang). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi pada variabel keputusan investasi saham Hair *et al.*, (2019).

2) Uji Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Koefisien Jalur

<i>Variabel</i>	<i>Path coefficient</i>
Literasi keuangan	0,386
Perilaku <i>herding</i>	0,416
Media sosial	0,171

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

- a) *Path coefficient* antara literasi keuangan dan keputusan investasi saham sebesar 0,386 menunjukkan bahwa apabila literasi keuangan naik sebesar 1 satuan standar, maka keputusan investasi saham juga akan naik sebesar

0,386 satuan standar, dengan asumsi variabel-variabel lain konstan (*ceteris paribus*). Sebaliknya, apabila literasi keuangan turun sebesar 1 satuan standar, maka keputusan investasi saham juga akan turun sebesar 0,386 satuan standar.

- b) *Path coefficient* antara perilaku *herding* dan keputusan investasi saham sebesar 0,416 menunjukkan bahwa apabila perilaku *herding* meningkat sebesar 1 satuan standar, maka keputusan investasi saham juga akan meningkat sebesar 0,416 satuan standar, dengan asumsi variabel-variabel lain konstan (*ceteris paribus*). Sebaliknya, apabila perilaku *herding* menurun sebesar 1 satuan standar, maka keputusan investasi saham juga akan menurun sebesar 0,416 satuan standar.
- c) *Path coefficient* antara media sosial dan keputusan investasi saham sebesar 0,171 menunjukkan bahwa apabila penggunaan media sosial meningkat sebesar 1 satuan standar, maka keputusan investasi saham juga akan meningkat sebesar 0,171 satuan standar, dengan asumsi variabel-variabel lain konstan (*ceteris paribus*). Sebaliknya, apabila penggunaan media sosial menurun sebesar 1 satuan standar, maka keputusan investasi saham juga akan menurun sebesar 0,171 satuan standar.

3) Size Effect

Tabel 4. 13 Hasil Pengujian F Square

List	f-square
x1 -> Y	0,264
X2 -> Y	0,338
X3 -> Y	0,060

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Nilai $f^2 = 0,02$ menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 sedang, dan 0,35 besar Berdasarkan Tabel 4.13, hasil pengujian f-Square (f^2) diperoleh bahwa variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai f^2 sebesar 0,264, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh sedang (medium effect) terhadap perilaku keputusan investasi saham. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tetap memberikan kontribusi terhadap keputusan investasi saham.

Variabel Perilaku herding (X2) memiliki nilai f^2 sebesar 0,338, yang termasuk dalam kategori pengaruh sedang mendekati besar. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku herding memberikan kontribusi yang paling dominan dalam menjelaskan variabel keputusan investasi saham dibandingkan variabel lainnya dalam model penelitian.

Variabel media sosial (X3) memiliki nilai f^2 sebesar 0,060, yang termasuk dalam kategori pengaruh kecil (small effect). Artinya, meskipun media sosial berpengaruh signifikan secara langsung, kontribusinya dalam meningkatkan kemampuan penjelasan model relatif lebih kecil dibandingkan variabel lain.

4) Uji Relevansi Prediktif (Q2)

Tabel 4. 14 Uji Relevansi Prediktif (Q2)

	Q²predict	RMSE	MAE
Y	0,45	0,422222	0,283333

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Nilai Q-Square (Q^2) digunakan untuk mengukur kemampuan prediktif model dalam merekonstruksi nilai observasi variabel dependen melalui prosedur blindfolding. Model dinyatakan memiliki relevansi prediktif apabila nilai Q^2 lebih besar dari 0 (Hair J. F., 2017).

Berdasarkan Tabel 4.14, hasil pengujian diperoleh nilai Q^2 sebesar 0,45, yang menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang moderat. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa sebesar 45% variasi data observasi pada variabel keputusan investasi saham dapat diprediksi dengan baik oleh literasi keuangan, perilaku herding, serta media sosial sebagai variabel dalam model penelitian ini.

Semakin tinggi nilai Q^2 , semakin baik kemampuan model dalam memprediksi data empiris. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa model struktural yang dibangun tidak hanya memiliki daya jelas yang tinggi (ditunjukkan oleh R-Square), tetapi juga memiliki kemampuan prediktif yang sangat baik dalam menjelaskan keputusan investasi saham.

5) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* pada aplikasi *SmartPLS* 4.0. Kriteria pengujian hipotesis

dalam penelitian ini mengacu pada nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-values* < 0,05, yang menunjukkan bahwa pengaruh antar variabel adalah signifikan secara statistik. Nilai 1,96 merupakan nilai kritis distribusi normal pada tingkat signifikansi 5% dengan uji dua arah.

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 4.13 sebagai berikut.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	Path coefficient	T-Statistik	P-Values	Keputusan
H1	Literasi keuangan >> Keputusan Investasi Saham	0,386	3,921	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan
H2	Perilaku <i>Herding</i> >> Keputusan Investasi Saham	0,416	6,156	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan
H3	Media Sosial >> Keputusan Investasi Saham	0,171	1,986	0,047	Berpengaruh positif dan signifikan

Sumber: Data diolah SmartPLS (2026)

Penjelasan atas hasil pengujian hipotesis di atas adalah sebagai berikut.

1) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Saham

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai *path coefficient* positif, yang mengindikasikan adanya hubungan searah antara literasi keuangan dan keputusan investasi saham. Selain itu, nilai *t-statistics* yang diperoleh lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima. Artinya, literasi keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi saham. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh investor, maka semakin baik keputusan investasi saham yang diambil. Sebaliknya, semakin rendah tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh investor, maka semakin buruk keputusan investasi saham yang diambil.

2) Pengaruh Perilaku *Herding* terhadap Keputusan Investasi Saham

Berdasarkan hasil pengujian, variabel perilaku *herding* menunjukkan nilai *path coefficient* positif, yang berarti bahwa peningkatan perilaku *herding* diikuti oleh peningkatan keputusan investasi saham. Nilai *t-statistics* yang dihasilkan juga lebih besar dari 1,96 serta didukung oleh nilai *p-values* yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku *herding* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan arah pengaruh yang berbeda dengan hipotesis penelitian yang telah dirumuskan. Dalam hipotesis awal, perilaku *herding* diasumsikan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan investasi saham. Akan tetapi, hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa perilaku *herding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi saham.

3) Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Saham

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel media sosial memiliki nilai *path coefficient* positif, yang menunjukkan adanya hubungan searah antara media sosial dan keputusan investasi saham. Nilai *t-statistics* yang diperoleh lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-values* yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Artinya, media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi saham. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh melalui media sosial dapat membantu investor dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan investasi saham.

B. Pembahasan

Pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan metode SEM-PLS, serta mengaitkannya dengan teori dan hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan, perilaku *herding*, dan media sosial terhadap keputusan investasi saham pada kelompok usia produktif.

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Saham

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi saham pada kelompok usia produktif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki investor, maka semakin baik kualitas keputusan investasi saham yang diambil. Sebaliknya, rendahnya tingkat literasi keuangan dapat menyebabkan investor kurang mampu memahami risiko dan karakteristik saham, sehingga keputusan investasi yang diambil cenderung bersifat spekulatif dan tidak terencana.

Temuan ini menunjukkan bahwa investor usia produktif yang memiliki kemampuan perencanaan keuangan investasi, manajemen keuangan pribadi, *self-control* keuangan, serta kepercayaan diri finansial cenderung lebih rasional dalam menentukan keputusan investasi saham. Investor dengan literasi keuangan yang baik mampu memahami hubungan antara risiko dan *return* saham, memanfaatkan informasi historis, serta melakukan analisis fundamental sebelum membeli atau menjual saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Lusardi dan Mitchell (2014) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi saham dan diversifikasi portofolio. Penelitian Maheshwari *et al.* (2024) juga menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi saham karena mendorong investor melakukan analisis yang lebih matang dan terencana. Selain itu, temuan ini didukung oleh penelitian Seraj *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa investor dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung mampu mengambil keputusan investasi secara lebih rasional dan terinformasi.

Dalam perspektif *Behavioral Finance Theory* yang dikemukakan oleh Kahneman dan Tversky (1979), literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme pengendalian terhadap bias perilaku. Investor dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung tidak mudah terpengaruh oleh emosi, tekanan sosial, maupun tren pasar saham jangka pendek. Dengan demikian, literasi keuangan menjadi faktor internal yang penting dalam meningkatkan rasionalitas keputusan investasi saham pada kelompok usia produktif. dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), literasi keuangan dapat dipahami sebagai faktor yang membentuk *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam memahami informasi keuangan, menganalisis risiko dan *return*, serta mengendalikan keputusan investasi yang diambil. Persepsi kontrol yang kuat ini mendorong terbentuknya niat (*intention*) untuk berinvestasi secara rasional dan terencana. Dengan demikian, literasi keuangan menjadi faktor internal yang penting dalam meningkatkan rasionalitas dan kualitas keputusan investasi saham pada kelompok usia produktif.

2. Pengaruh Perilaku *Herding* terhadap Keputusan Investasi Saham

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa perilaku *herding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi saham pada kelompok usia produktif. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat kecenderungan investor untuk mengikuti keputusan investor lain atau mayoritas pasar, maka semakin tinggi kecenderungan investor dalam mengambil keputusan investasi saham. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan pada Bab II yang menyatakan bahwa perilaku *herding* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi saham ditolak.

Hasil positif tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks investor usia produktif, perilaku *herding* tidak selalu berdampak negatif terhadap kualitas keputusan investasi. *Herding* dapat berperan sebagai mekanisme pembelajaran sosial, khususnya bagi investor yang memiliki keterbatasan pengalaman dan informasi. Melalui pengamatan terhadap keputusan investor lain, komunitas investasi, maupun rekomendasi yang berkembang di pasar, investor dapat memperoleh referensi tambahan dalam mengambil keputusan investasi saham.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori Banerjee (1992) yang menyatakan bahwa *herding* muncul ketika individu menganggap keputusan mayoritas sebagai sinyal informasi yang bernilai. Dalam kondisi pasar saham yang kompleks dan penuh ketidakpastian, mengikuti keputusan kolektif dapat menjadi strategi adaptif bagi investor untuk mengurangi risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi.

Selain itu, dalam perspektif *Behavioral Finance Theory*, perilaku *herding* mencerminkan respons investor terhadap keterbatasan informasi dan tekanan psikologis di pasar modal. Meskipun *herding* sering dikaitkan dengan bias perilaku, dalam situasi tertentu *herding* dapat bersifat rasional apabila investor memandang keputusan pihak lain sebagai sumber informasi yang kredibel. Dengan demikian, *herding* tidak selalu mencerminkan perilaku irasional, melainkan dapat membantu investor usia produktif dalam mempercepat proses pengambilan keputusan investasi saham.

Perbedaan arah pengaruh antara hipotesis awal dan hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui *Social Learning Theory* yang dikemukakan oleh Bandura (1977). Investor usia produktif cenderung belajar melalui proses observasi dan peniruan terhadap perilaku investor lain yang dianggap lebih berpengalaman atau memiliki kompetensi yang lebih baik. Proses pembelajaran sosial ini membuat *herding* berfungsi sebagai sarana pembelajaran dan penguatan keyakinan dalam pengambilan keputusan investasi.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), perilaku *herding* berkaitan dengan komponen *subjective norms*, yaitu tekanan sosial yang memengaruhi niat individu dalam berperilaku. Lingkungan sosial yang aktif dalam diskusi dan berbagi informasi investasi, baik secara langsung maupun melalui media sosial, membentuk norma bahwa mengikuti keputusan mayoritas merupakan perilaku yang dapat diterima. Norma ini memperkuat niat investor untuk mengambil keputusan investasi saham, sehingga *herding* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada kelompok usia produktif.

Dengan demikian, perbedaan antara hipotesis yang diajukan pada Bab II dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh perilaku *herding* bersifat kontekstual. Pada kelompok usia produktif, *herding* tidak selalu menurunkan

kualitas keputusan investasi saham, tetapi dapat berperan sebagai mekanisme pembelajaran sosial dan adaptasi terhadap keterbatasan informasi dalam proses pengambilan keputusan investasi.

3. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Saham

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi saham pada kelompok usia produktif. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk keputusan investasi saham, terutama sebagai sumber informasi, referensi, dan sarana pertukaran opini antar investor. Media sosial memungkinkan investor memperoleh informasi pasar saham secara cepat dan luas, seperti berita emiten, analisis pergerakan harga saham, serta pengalaman dan rekomendasi dari investor lain.

Pengaruh positif media sosial terhadap keputusan investasi saham menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial, paparan informasi keuangan, serta keberadaan *influencer* atau *content creator* keuangan dapat memengaruhi cara investor menilai peluang dan risiko investasi saham. Informasi yang disajikan dalam bentuk konten edukatif, diskusi komunitas, maupun analisis pasar dapat meningkatkan pemahaman investor dan memperkuat keyakinan dalam mengambil keputusan investasi saham.

Temuan ini sejalan dengan Kaplan dan Haenlein (2010) yang menyatakan bahwa media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi interaktif yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, opini, dan pengalaman secara luas dan *real time*. Dalam konteks pasar modal, media sosial mempercepat penyebaran informasi investasi dan membentuk persepsi investor terhadap suatu saham. Selain itu, penelitian Argan (2023) juga menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi karena mampu membentuk persepsi risiko dan ekspektasi return investor.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), pengaruh media sosial dapat dijelaskan melalui komponen *subjective norms*, di mana opini, rekomendasi, dan diskusi yang berkembang di media sosial membentuk tekanan sosial yang memengaruhi niat investor dalam mengambil keputusan investasi

saham. Ketika lingkungan sosial digital memberikan sinyal positif terhadap suatu saham, investor cenderung terdorong untuk mengikuti keputusan tersebut.

Selain itu, dalam perspektif *Social Learning Theory* (Bandura, 1977), media sosial berperan sebagai sarana pembelajaran sosial, di mana investor belajar melalui observasi terhadap perilaku dan pengalaman investor lain. Investor usia produktif cenderung meniru strategi atau keputusan investasi yang dianggap berhasil, khususnya dari figur yang memiliki kredibilitas atau pengaruh di media sosial. Proses pembelajaran ini memperkuat peran media sosial dalam membentuk keputusan investasi saham.

Namun demikian, pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi saham sangat bergantung pada kredibilitas dan kualitas informasi yang diterima. Investor dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih selektif dalam menyaring informasi dari media sosial, sehingga mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana pendukung keputusan investasi yang rasional dan terencana. Sebaliknya, investor dengan literasi keuangan yang rendah lebih mudah terpengaruh oleh konten spekulatif, rumor pasar, serta bias perilaku seperti *Fear of Missing Out* (FOMO), yang berpotensi menurunkan kualitas keputusan investasi saham.

Dengan demikian, media sosial memiliki peran strategis dalam memengaruhi keputusan investasi saham pada kelompok usia produktif, baik sebagai sumber informasi maupun sebagai faktor sosial yang membentuk persepsi dan niat investasi. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial secara bijak dan didukung oleh literasi keuangan yang memadai menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi saham.