



PENGARUH KREDIBILITAS FINFLUENCER TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z DENGAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL SEBAGAI MEDIASI

MARSYANDINI APRIANA



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kredibilitas Finfluencer terhadap Minat Investasi Generasi Z dengan Literasi Keuangan Digital sebagai Mediasi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Marsyandini Apriana
H2401221125



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

MARSYANDINI APRIANA. Pengaruh Kredibilitas Finfluencer terhadap Minat Investasi Generasi Z dengan Literasi Keuangan Digital sebagai Mediasi. Dibimbing oleh RINDANG MATOATI.

Investor pasar modal Indonesia didominasi Generasi Z yang cenderung mengandalkan finfluencer di media sosial sebagai salah satu sumber informasi investasi, namun literasi keuangan digital mereka masih rendah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kredibilitas finfluencer terhadap minat investasi Generasi Z di Jawa Barat serta menguji peran literasi keuangan digital sebagai mediasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring kepada 200 responden Generasi Z berusia 18–29 tahun yang aktif di media sosial dan pernah terpapar konten finfluencer, lalu dianalisis menggunakan PLS-SEM. Kredibilitas finfluencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi ($\beta = 0,229$) dan literasi keuangan digital ($\beta = 0,610$). Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi ($\beta = 0,531$) serta memediasi secara parsial hubungan antara kredibilitas finfluencer dengan minat investasi ($\beta = 0,324$), dengan pengaruh tidak langsung yang lebih besar dari pengaruh langsung.

Kata kunci: finfluencer, generasi z, literasi keuangan digital, minat investasi

ABSTRACT

MARSYANDINI APRIANA. The Influence of Finfluencer Credibility on Z Generation's Investment Interest with Digital Financial Literacy as Mediation. Supervised by RINDANG MATOATI.

Indonesia's capital market investors are dominated by Z Generation, who tend to rely on finfluencers on social media as one of investment information sources, yet their digital financial literacy remains low. This study aims to analyze the influence of finfluencer credibility on Z Generation's investment interest in West Java and to examine the mediating role of digital financial literacy. Data were collected through an online questionnaire from 200 Z Generation respondents aged 18–29 years who actively use social media and have been exposed to finfluencer content, then analyzed using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Finfluencer credibility positively and significantly affects investment interest ($\beta = 0.229$) and digital financial literacy ($\beta = 0.610$). Digital financial literacy positively and significantly affects investment interest ($\beta = 0.531$) and partially mediates the effect of finfluencer credibility on investment interest ($\beta = 0.324$), with the indirect effect exceeding the direct effect.

Keywords: digital financial literacy, finfluencer, investment interest, z generation



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH KREDIBILITAS FINFLUENCER TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z DENGAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL SEBAGAI MEDIASI

MARSYANDINI APRIANA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1. Ali Mutasowifin, S.E., M.Ak.
2. Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M.



Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Finfluencer terhadap Minat Investasi
Generasi Z dengan Literasi Keuangan Digital sebagai Mediasi

Nama : Marsyandini Apriana

NIM : H2401221125

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Rindang Matoati S.E., M.Sc

Diketahui oleh

Ketua Departemen:

Dr. Eko Rudy Cahyadi, S.Hut., M.M.

NIP 197812132006041000

Tanggal Ujian:
13 Juli 2026

Tanggal Lulus:
13 Juli 2026

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Juli 2026 ini ialah manajemen keuangan, dengan judul “Pengaruh Kredibilitas Finfluencer terhadap Minat Investasi Generasi Z dengan Literasi Keuangan Digital sebagai Mediasi”. Skripsi ini dibuat guna memenuhi persyaratan akademik dalam meraih gelar Sarjana di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Skripsi ini terlaksana berkat kontribusi banyak pihak, sehingga penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Ibu Rindang Matoati, S.E., M.Sc, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan ilmu, arahan, bimbingan, serta motivasi yang diberikan sepanjang penyelesaian skripsi sehingga dapat diselesaikan secara optimal.
2. Semua pengajar dan staf akademik Departemen Manajemen IPB yang telah membagikan wawasan, pengalaman, serta dukungan selama studi.
3. Bapak Naswarmen dan Ibu Mia Delsi, selaku kedua orang tua penulis, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis serta dukungan doa yang terus mengalir hingga studi ini terselesaikan, serta saudari kandung saya Rheisa Gusmendasari, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan menjadi inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula kepada Ucil dan Tami, yang menjadi teman setia penulis dan memberikan hiburan di tengah berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Penulis memberikan apresiasi khusus kepada Ekky, Alvira, Bella, April, Tazkiya, Farah, Wika, Chesi, Yolanda, dan sahabat lainnya yang selalu mendampingi dengan perhatian, menghadirkan motivasi dan dukungan, menjadi pendengar yang baik selama penyelesaian skripsi serta memberikan doa selama penyusunan skripsi ini.
5. Rekan-rekan seperjuangan di Manajemen angkatan 59 yang telah kebersamai suka maupun duka selama perjalanan akademis.
6. Seluruh pihak yang turut berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini meskipun tidak dapat disebutkan secara individual.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Marsyandini Apriana

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.2 Kredibilitas Finfluencer	9
2.3 Literasi Keuangan Digital	9
2.4 Minat Investasi	10
2.5 Generasi Z	10
2.6 Penelitian Terdahulu	11
2.7 Hipotesis Penelitian	15
III METODE	19
3.1 Kerangka Pemikiran	19
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	21
3.4 Metode Pengumpulan Data	21
3.5 Metode Penarikan Sampel	22
3.6 Variabel Penelitian	24
3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data	28
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Analisis Deskriptif	32
4.2 Hasil Analisis PLS-SEM	40
4.3 Implikasi Manajerial	55
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66
RIWAYAT HIDUP	82



DAFTAR TABEL

1	Tabel 1 Penelitian terdahulu	11
2	Tabel 2 Skala pengukuran Likert	22
3	Tabel 3 Variabel operasional penelitian	25
4	Tabel 4 Rentang skala interval	28
5	Tabel 5 Kriteria evaluasi analisis PLS-SEM	30
6	Tabel 6 Karakteristik responden	32
7	Tabel 7 Analisis deskriptif variabel kredibilitas finfluencer	34
8	Tabel 8 Analisis deskriptif variabel literasi keuangan digital	37
9	Tabel 9 Analisis deskriptif variabel minat investasi	39
10	Tabel 10 <i>Outer loading</i> LOC	41
11	Tabel 11 Reliabilitas konsistensi internal LOC	42
12	Tabel 12 AVE LOC	43
13	Tabel 13 HTMT LOC	44
14	Tabel 14 HTMT penggabungan LOC	44
15	Tabel 15 Kolinearitas HOC	46
16	Tabel 16 <i>Outer weight</i> HOC	46
17	Tabel 17 <i>Outer loading first order construct</i>	47
18	Tabel 18 Reliabilitas konsistensi internal <i>dan</i> validitas konvergen minat investasi	47
19	Tabel 19 Kolinearitas (VIF) model struktural	48
20	Tabel 20 <i>Path coefficients</i> dan hasil <i>bootstrapping</i>	49
21	Tabel 21 Koefisien determinasi (R^2)	49
22	Tabel 22 <i>Effect size</i> (f^2)	50
23	Tabel 23 Hasil PLSpredict	50
24	Tabel 24 Hasil kesesuaian model	51
25	Tabel 25 Hasil pengujian mediasi	54

DAFTAR GAMBAR

1	Peningkatan jumlah investor pasar modal di Indonesia	1
2	Kelompok umur investor individu di pasar modal Indonesia	2
3	Perbandingan skor literasi keuangan digital global	3
4	Model hipotesis penelitian	18
5	Kerangka pemikiran	20
6	Model penelitian	40
7	Evaluasi model struktural	48

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	66
2	Observasi Konten Finfluencer	71
3	Hasil Pengolahan Observasi Konten Finfluencer	81