

## BAB V

### SIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan data, kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian ini ialah sebagai berikut

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi media sosial (X) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap literasi keuangan (Y1) berdasarkan *p value*  $0,000 < 0,05$  dengan tingkat pengaruh sebesar 86,6% dan keakuratan prediksi sebesar 62,8%. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa eksposur terhadap konten keuangan di media sosial dapat meningkatkan pengetahuan keuangan individu, yang kemudian berkontribusi pada pemahaman mereka mengenai investasi.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi media sosial (X) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap efikasi keuangan (Y2) berdasarkan *p value*  $0,000 < 0,05$  dengan tingkat pengaruh sebesar 85,7% dan keakuratan prediksi sebesar 63,3%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa paparan terhadap informasi keuangan melalui media sosial dapat meningkatkan keyakinan individu dalam kemampuan mereka untuk mengelola keuangan pribadi.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi media sosial (X) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat investasi (Z) berdasarkan *p value*  $0,003 < 0,05$  dengan tingkat pengaruh sebesar 86% dan

keakuratan prediksi sebesar 68%. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa media sosial merupakan sumber yang penting dalam mempengaruhi keputusan individu untuk berinvestasi.

4. Penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi keuangan (Y1) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat investasi (Z) berdasarkan *p value*  $0,045 < 0,05$  dengan tingkat pengaruh sebesar 86,6% dan keakuratan prediksi sebesar 68%. Hasil tersebut membuktikan bahwa literasi keuangan berperan sebagai faktor penting dalam meningkatkan minat investasi. Individu dengan pemahaman yang lebih baik mengenai konsep keuangan lebih cenderung untuk tertarik pada investasi.
5. Penelitian ini menunjukkan bahwa Efikasi keuangan (Y2) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat investasi (Z) berdasarkan *p value*  $0,443 < 0,05$  dengan tingkat pengaruh sebesar 85,7% dan keakuratan prediksi sebesar 63,3%. Hasil tersebut memberikan bukti bahwa efikasi keuangan tidak memiliki dampak signifikan pada minat investasi, yang mungkin menunjukkan bahwa keyakinan individu dalam mengelola keuangan tidak selalu sejalan dengan keputusan investasi mereka.
6. Penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi media sosial (X) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat investasi (Z) melalui literasi keuangan (Y1) sebagai variabel intervening berdasarkan nilai *p value*  $0,045 < 0,05$  dan nilai *original sample* 0,414. Hasil tersebut membuktikan bahwa literasi keuangan berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan informasi media sosial dengan minat investasi. Artinya,

informasi yang diterima melalui media sosial meningkatkan literasi keuangan, yang pada gilirannya mendorong minat investasi. Ini menegaskan bahwa literasi keuangan memainkan peran kunci dalam proses ini.

7. Penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi media sosial (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat investasi (Z) melalui efikasi keuangan (Y1) sebagai variabel intervening berdasarkan nilai *p value*  $0,436 < 0,05$  dan nilai *original sample* 0,111. Hasil tersebut membuktikan bahwa efikasi keuangan gagal berfungsi sebagai variabel intervening dalam hubungan antara informasi media sosial dan minat investasi. Dengan kata lain, meskipun informasi media sosial dapat meningkatkan efikasi keuangan, efek ini tidak langsung mempengaruhi minat investasi melalui efikasi keuangan.

## 5.2 Keterbatasan

Beberapa keterbatasan yang dialami sebagai faktor yang perlu diperhatikan oleh peneliti selanjutnya dijabarkan sebagai berikut

1. Kemampuan responden yang terbatas dalam memahami pernyataan kuisisioner dikarenakan instrumen kuisisioner, sehingga menghasilkan jawaban yang tidak mencerminkan keadaan sesungguhnya.
2. Penelitian yang hanya terbatas pada beberapa faktor yang mempengaruhi minat investasi, sehingga perlu adanya pengembangan lebih lanjut untuk meneliti pengaruh faktor lain yang belum dikaji terhadap minat investasi

## 5.3 Implikasi

### 5.3.1 Implikasi Praktis

Implikasi praktis yang diperoleh dari hasil penelitian ini dijabarkan sebagai berikut

1. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan bagi *platform* @ngertisaham untuk membagikan konten-konten keuangan, saham, dan investasi secara lebih intens dan bermutu untuk menambah wawasan *followers* sehingga mempengaruhi perilaku berinvestasi
2. Bagi masyarakat yang memiliki ketertarikan tentang dunia investasi supaya lebih memperdalam pengetahuan keuangan melalui informasi yang dapat diperoleh dari media sosial dan dapat berkonsultasi langsung dengan ahlinya.

### 5.3.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis yang diperoleh dari hasil penelitian ini dijabarkan sebagai berikut

1. Informasi dari sosial media yang berisi konten informatif tentang pembahasan keuangan memberikan dampak positif bagi masyarakat untuk menambah wawasan tentang keuangan dan meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan
2. Sosial media sebagai sarana informasi dan komunikasi bagi masyarakat yang tertarik dalam bidang investasi untuk meningkatkan minatnya dalam berinvestasi

3. Pengetahuan dan wawasan masyarakat tentang keuangan akan meningkatkan kepercayaan dirinya dengan melakukan pengelolaan keuangan secara mandiri termasuk berinvestasi

