

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini adalah beberapa simpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian yang menggunakan pendekatan PLS untuk menguji pengaruh influencer media sosial, toleransi risiko, dan *locus of control* terhadap keputusan investasi generasi Z di Surabaya, dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi:

1. *Locus of control* dapat meningkatkan keputusan investasi pada generasi Z di Surabaya. Individu dengan kontrol internal yang kuat lebih cenderung mengambil keputusan investasi yang lebih baik dan lebih terinformasi.
2. *Risk tolerance* dapat meningkatkan keputusan investasi pada generasi Z di Surabaya. Individu yang memiliki toleransi terhadap risiko yang lebih tinggi lebih terbuka untuk mengambil keputusan investasi yang lebih berani.
3. *Social media influencer* tidak dapat meningkatkan keputusan investasi pada generasi Z di Surabaya. *Social media influencer* tidak cukup mendorong generasi Z dalam mengambil keputusan investasi yang lebih matang.
4. *Locus of control* yang diperkuat dengan literasi keuangan dapat meningkatkan keputusan investasi pada generasi Z di Surabaya. Individu dengan kontrol internal yang kuat lebih percaya diri dalam membuat keputusan investasi yang lebih matang.
5. *Risk tolerance* yang diperkuat dengan literasi keuangan tidak dapat meningkatkan keputusan investasi pada generasi Z di Surabaya. Literasi keuangan tidak cukup memperkuat toleransi risiko dan keputusan investasi

yang diambil oleh generasi Z.

6. *Social media influencer* yang diperkuat dengan literasi keuangan tidak dapat meningkatkan keputusan investasi pada generasi Z di Surabaya. Meskipun literasi keuangan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik, keberadaan *social media influencer* tetap tidak cukup mendorong generasi Z untuk membuat keputusan investasi yang lebih matang.

5.2 Saran

Berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang dapat diperhatikan atau dikutip sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut sebagai hasil dari temuan penelitian ini:

1. Bagi perusahaan sekuritas dan lembaga pendidikan, perlu terus mempertahankan kekuatan kepercayaan diri dalam *locus of control* investor baik pada generasi Z maupun generasi lainnya melalui program pengembangan kepercayaan diri dalam investasi. Namun, bagi regulator dan komunitas investor, penting untuk meningkatkan aspek kemandirian dalam pengambilan keputusan investasi agar generasi Z tidak bergantung pada pihak luar dalam menentukan langkah investasinya.
2. Bagi perusahaan investasi dapat memberikan edukasi tentang pengelolaan risiko yang bijak untuk menjaga keberanian generasi Z dalam berinvestasi pada instrumen berisiko tinggi. Namun, bagi regulator dan pembuat kebijakan, perlu ada upaya memperbaiki kecenderungan generasi Z yang masih memprioritaskan keuntungan semata dibandingkan keamanan investasi, melalui kampanye literasi tentang pentingnya mitigasi risiko.

3. Bagi *social media influencer*, perlu meningkatkan kualitas konten dengan fokus pada edukasi investasi yang lebih kredibel dan berbasis data, karena pengaruh terhadap peningkatan keputusan investasi masih tergolong lemah. Mendukung penyebaran konten instruksional sangat penting bagi platform media sosial dan perusahaan sekuritas untuk meningkatkan dampak positif dan signifikan media sosial pada pilihan investasi Generasi Z.
4. Bagi pemerintah, lembaga pendidikan, dan perusahaan sekuritas, keberhasilan dalam memperkuat *locus of control* melalui literasi keuangan perlu terus dijaga dengan mengembangkan program yang menumbuhkan rasa percaya diri dalam mengambil keputusan investasi, begitu juga bagi kesadaran investor sendiri baik pada generasi Z dan generasi lainnya. Namun, bagi pelaksana program literasi keuangan, perlu ditingkatkan pendekatan yang lebih aplikatif agar generasi Z tidak hanya memahami teori keuangan, tetapi juga lebih mahir dalam mengelola risiko investasinya.
5. Bagi regulator, perusahaan fintech, dan lembaga edukasi keuangan, perlu memperbaiki efektivitas literasi keuangan dalam memperkuat *risk tolerance* generasi Z. Keberanian dalam mengambil risiko telah ada, tetapi belum cukup selaras dengan pemahaman pengelolaan risiko yang baik, sehingga diperlukan edukasi berbasis kasus nyata untuk meningkatkan kualitas keputusan investasi.
6. Bagi *social media influencer*, pemerintah, dan *platform* media sosial, perlu meningkatkan kredibilitas dan integritas penyampaian konten literasi keuangan, mengingat pengaruh *social media influencer* yang diperkuat

dengan literasi keuangan masih belum optimal dalam mendorong keputusan investasi generasi Z. Kolaborasi dengan pihak profesional perlu diperluas agar konten yang disajikan benar-benar memperkuat kapasitas generasi Z dalam berinvestasi dengan bijak.

7. Penelitian di masa mendatang disarankan untuk mengeksplorasi sektor investasi yang menjadi preferensi utama Generasi Z, seperti investasi berbasis teknologi (*cryptocurrency*, *fintech lending*, saham teknologi), ekonomi hijau (*green investment*), dan properti digital (*metaverse real estate*). Eksplorasi ini penting untuk memahami orientasi investasi Generasi Z dalam era digital dan keberlanjutan. Selain itu, perlu dipertimbangkan penambahan variabel yang belum dianalisis dalam studi ini, seperti literasi digital keuangan, pengalaman investasi sebelumnya, serta FOMO. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberikan gambaran lebih komprehensif bagi pelaku industri dan regulator pasar modal.