

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian data dengan menyebarkan kuesioner kepada 190 responden dan dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Square* (PLS), untuk menguji pengaruh variabel dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Financial self efficacy* berkontribusi positif dan signifikan terhadap niat investasi emas logam mulia ANTAM. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang merasa yakin mampu mengelola keuangannya akan lebih siap mengambil keputusan investasi. Kepercayaan diri ini menciptakan rasa kontrol terhadap risiko dan mendorong kesiapan mental untuk berinvestasi, termasuk pada emas logam mulia ANTAM.
2. *Social Media Influencer* berkontribusi positif dan signifikan terhadap niat investasi emas logam mulia ANTAM. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang merasa percaya dan terpengaruh oleh *social media influencer* cenderung memiliki niat lebih besar untuk berinvestasi emas. Dikarenakan *influencer* membentuk pandangan positif dan memberi dorongan sosial yang membuat investasi terlihat menarik, wajar, dan layak diikuti.
3. *Investment knowledge* berkontribusi dalam memoderasi hubungan antara *financial self efficacy* terhadap niat investasi emas logam mulia ANTAM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan individu terkait investasi, maka kepercayaan dirinya dalam mengelola keuangan akan

semakin kuat mendorong niat untuk berinvestasi. Individu yang paham investasi cenderung lebih yakin mengambil keputusan karena mereka tahu cara kerja investasi, risiko, dan manfaatnya. Jadi, pengetahuan yang baik membuat rasa percaya diri itu lebih terarah dan berdampak nyata pada niat investasi.

4. *Investment knowledge* tidak berkontribusi dalam memoderasi hubungan antara *social media influencer* terhadap niat investasi emas logam mulia ANTAM. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki pengetahuan investasi yang tinggi cenderung lebih mengandalkan pemahaman dan analisis pribadinya dalam mengambil keputusan investasi, dibandingkan mengikuti ajakan atau pendapat *influencer*. Karena itu, pengaruh *social media influencer* terhadap niat investasi tidak berubah, baik pada individu yang pengetahuannya rendah maupun tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Dikarenakan *investment knowledge* tidak dapat memperkuat pengaruh *social media influencer* terhadap niat investasi, maka diharapkan bagi *influencer* untuk lebih memperhatikan kualitas konten edukasi yang dapat meningkatkan *investment knowledge*, khususnya investasi emas. Serta, memanfaatkan perannya secara bijak dalam memberikan informasi, mengingat pengaruh *influencer* cukup signifikan terhadap niat investasi

generasi muda, sehingga penting untuk menyampaikan konten yang edukatif, kredibel, dan mudah dipahami. Penyampaian yang menarik namun tetap bertanggung jawab, akan membantu *audiens* memahami manfaat dan risiko investasi secara menyeluruh.

2. Disarankan bagi individu, terutama generasi Z, untuk aktif meningkatkan pengetahuannya. Agar kepercayaan diri dalam mengelola keuangan dapat diarahkan secara lebih rasional dan terukur. Peningkatan pengetahuan investasi dapat dilakukan melalui pelatihan, seminar, atau platform edukasi digital. Dengan pemahaman yang cukup, individu akan lebih siap mengambil keputusan investasi berdasarkan analisis pribadi, bukan semata dorongan emosional atau pengaruh luar.
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada lingkup wilayah responden, yaitu hanya mencakup generasi Z di Kota Surabaya. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian ke daerah lain atau menggunakan sampel yang lebih beragam agar hasil yang diperoleh menjadi lebih general dan representatif.
4. Bagi penelitian selanjutnya untuk mempertimbangkan kelompok responden lain dengan tingkat kemandirian finansial yang lebih tinggi. Karena, dalam penelitian ini sebagian besar responden belum mandiri secara finansial dan masih didominasi oleh pelajar dan mahasiswa. Disarankan juga menambahkan variabel lain seperti persepsi risiko, pengalaman investasi, atau gaya hidup juga dapat memperkaya analisis terhadap niat investasi generasi muda.