

PENGARUH *FINANCIAL SELF EFFICACY* DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP NIAT INVESTASI EMAS LOGAM MULIA ANTAM DENGAN *INVESTMENT KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

SKRIPSI



Oleh :

NELISTA RIZKIYATI
21012010167/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAWA TIMUR
2025**

PENGARUH *FINANCIAL SELF EFFICACY* DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP NIAT INVESTASI EMAS LOGAM MULIA ANTAM DENGAN *INVESTMENT KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

**NELISTA RIZKIYATI
21012010167/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

PENGARUH *FINANCIAL SELF EFFICACY* DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP NIAT INVESTASI EMAS LOGAM MULIA ANTAM DENGAN *INVESTMENT KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Disusun Oleh :

NELISTA RIZKIYATI

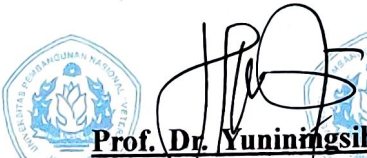
21012010167/FEB/EM

Telah Dipertahankan Di hadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 17 Juli 2025

Pembimbing Utama


Dr. Muhadjir Anwar, M.M., CFP.
NIP. 196509071991031001

Tim Penguji
Ketua


Prof. Dr. Yuniningsih, S.E., M.Si.
NIP. 197006202021212001

Pembimbing Pendamping


Dr. G. Oka Warmana, S.E., M.M.
NIP. 198512052024061002

Anggota


Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si.
NIP. 196508141991032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nelista Rizkiyati
NPM : 21012010167
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi~~* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada ~~Skripsi/Tesis/Desertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Juli 2025

Yang Membuat pernyataan



Nelista Rizkiyati
21012010167

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sesuai waktu yang telah ditentukan dengan judul **“PENGARUH *FINANCIAL SELF EFFICACY* DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP NIAT INVESTASI EMAS LOGAM MULIA ANTAM DENGAN *INVESTMENT KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi, saran, bimbingan, petunjuk serta dorongan moral yang sangat berguna bagi penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir Akhmad Fauzi, MMT., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, M.M, CFP dan Bapak Dr. G. Oka Warmana, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Penelitian Skripsi yang telah

memberikan banyak arahan, bimbingan, serta dukungan selama penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pengetahuan dan bantuan dalam berbagai aspek administratif sehingga studi penulis dapat berjalan dengan lancar.
6. Kepada orang tua penulis, Mami (Romiyati), Daddy (Eng Yuson), dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan dukungan terutama mami, baik secara moral, spiritual maupun material, serta cinta dan doa yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi penulis untuk dapat menyelesaikan studi.
7. Kepada seseorang paling spesial yang telah memilih untuk tidak menyerah, terus bertahan, dan berjuang menyelesaikan studi hingga titik ini, yaitu SAYA. Walaupun sering ingin berhenti, terima kasih tetap memilih bertahan sampai akhirnya studi ini bisa terselesaikan.
8. M Rizky Bayu Pratama, yang dengan sabar menemani proses studi akhir skripsi ini, mulai dari jadi tempat curhat, pelampiasan stres, jadi korban *overthinking* sampai rela menghadapi mood penulis yang kadang lebih rumit dari teori penelitian. Terima kasih atas segala bantuan, sudah jadi *support system* di setiap langkah perjalanan ini.
9. Sahabat-sahabat penulis, Lailin, Cindy, Mia, Miraden, Rosa, Kiki, Adelia, teman-teman “*coolyeah*” dan “*sharing is caring*” serta teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih

atas segala bentuk dukungan, motivasi, bantuan, dan doa yang telah menguatkan penulis selama perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.

10. Kepada member BTS *especially* Min Yoongi a.k.a Min Suga, terima kasih telah menjadi *moodbooster* penulis sejak tahun 2019-waktu yang tidak terbatas, lewat musik, kata-kata, *variety show* “**Run BTS**”, ketampanan paripurna, serta kepribadian unik yang selalu manis dan penuh makna. Terima kasih karena, tanpa sadar kehadiranmu telah membantu penulis tetap waras lahir batin selama proses pendidikan yang tidak selalu mudah ini. Dari lubuk hati anggota setia sekte “**Yoongi Marry Me**”, walau hanya lewat layar, tapi dampaknya sungguh nyata.
11. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan penelitian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis telah berusaha memberikan yang terbaik dalam penyusunan skripsi ini, namun penulis menyadari masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Mohon maaf atas segala kesalahan yang mungkin terjadi, dan semoga penelitian ini bermanfaat serta memberi dampak positif bagi semua pihak.

Surabaya, 17 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB 2	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	19
2.2.2 Investasi	22
2.2.2.1 Pengertian Investasi	22
2.2.2.2 Tujuan Investasi	22
2.2.2.3 Bentuk-Bentuk Investasi	23
2.2.3 Niat Investasi	25
2.2.3.1 Pengertian Niat Investasi.....	25
2.2.3.2 Faktor-Faktor yang memengaruhi Niat Investasi.....	26
2.2.3.3 Indikator Niat Investasi	27
2.2.4 <i>Financial Self Efficacy</i>	28
2.2.4.1 Pengertian <i>Financial Self Efficacy</i>	28
2.2.4.2 Indikator <i>Financial Self Efficacy</i>	30
2.2.5 <i>Social Media Influencer</i>	32
2.2.5.1 Pengertian <i>Social Media Influencer</i>	32

2.2.5.2 Indikator <i>Social Media Influencer</i>	33
2.2.6 <i>Investment Knowledge</i>	35
2.2.6.1 Pengertian <i>Investment Knowledge</i>	35
2.2.6.2 Indikator <i>Investment Knowledge</i>	36
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	38
2.3.1 Hubungan <i>Financial Self Efficacy</i> terhadap Niat Investasi.....	38
2.3.2 Hubungan <i>Social Media Influencer</i> terhadap Niat Investasi	39
2.3.3 <i>Investment Knowledge</i> memoderasi pengaruh <i>Financial self efficacy</i> terhadap Niat Investasi.....	40
2.3.4 <i>Investment Knowledge</i> memoderasi pengaruh <i>Social Media Influencer</i> terhadap Niat Investasi.....	42
2.4 Kerangka Konseptual	43
2.5 Hipotesis	43
BAB 3	44
METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Definisi operasional dan pengukuran variabel	44
3.1.1 Variabel Dependen	44
3.1.1.1 Niat Investasi (Y)	44
3.1.2 Variabel Independen	45
3.1.2.1 <i>Financial Self Efficacy</i> (X1).....	45
3.1.2.2 <i>Social Media Influencer</i> (X2)	46
3.1.3 Variabel Moderasi.....	47
3.1.3.1 <i>Investment Knowledge</i> (Z)	47
3.1.4 Skala Pengukuran Variabel.....	48
3.2 Teknik Penentuan Sampel	49
3.2.1 Populasi.....	49
3.2.2 Sampel	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data	51
3.3.1 Jenis Data	51
3.3.2 Sumber Data	51
3.3.3 Pengumpulan Data	51
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	52
3.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	53
3.4.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
BAB 4	57

HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	57
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	58
4.2.1 Penyebaran Kuesioner	58
4.2.2 Karakteristik Responden	58
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.2.3 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	60
4.2.2.4 Karakteristik Berdasarkan Sumber Penghasilan Utama	61
4.2.2.5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Media Sosial...	61
4.3 Deskripsi Variabel	62
4.3.1 <i>Financial Self Efficacy</i> (X1)	62
4.3.2 <i>Social Media Influencer</i> (X2)	63
4.3.3 <i>Investment Knowledge</i> (Z).....	64
4.3.4 Niat Investasi (Y).....	66
4.4 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	67
4.4.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
4.4.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
4.4.3 Uji Hipotesis	71
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.5.1 <i>Financial Self Efficacy</i> terhadap Niat Investasi	73
4.5.2 <i>Social Media Influencer</i> terhadap Niat Investasi	74
4.5.3 <i>Financial Self Efficacy</i> terhadap Niat Investasi dengan <i>Investment Knowledge</i> sebagai variabel moderasi.....	76
4.5.4 <i>Social Media Influencer</i> terhadap Niat Investasi dengan <i>Investment Knowledge</i> sebagai variabel moderasi.....	78
BAB 5	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Presentase Jumlah Investor Indonesia	3
Gambar 1. 2 Hasil Pra-Survei Generasi Z kota Surabaya	3
Gambar 1. 3 Grafik Produk Investasi yang Dimiliki Masyarakat Indonesia 2024 .	4
Gambar 1. 4 Grafik Harga Emas Logam Mulia Antam Tahun 2021 - 2025	6
Gambar 2. 1 Bagan Theory of Planned Behavior	20
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	43
Gambar 4. 1 Model PLS	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Beberapa jenis emas logam mulia.....	7
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Penghasilan Utama....	61
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Media Sosial	62
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden Terkait Financial Self Efficacy (X1) .	62
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban Responden Terkait Social Media Influencer (X2)	64
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Responden Terkait Investment Knowledge (Z) ...	65
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Responden Terkait Niat Investasi (Y)	66
Tabel 4. 10 Outer Loading	67
Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE)	68
Tabel 4. 12 Cross Loading	69
Tabel 4. 13 Reliability.....	70
Tabel 4. 14 R-Square.....	71
Tabel 4. 15 Path Coefficients	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	89
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	95
Lampiran 3 Frekuensi Identitas Responden.....	98
Lampiran 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden	100
Lampiran 5 Outer Loading.....	102
Lampiran 6 Average Variance Extracted (AVE).....	102
Lampiran 7 Cross Loading.....	103
Lampiran 8 Reliability	103
Lampiran 9 R-Square	104
Lampiran 10 Hasil Olah Data PLS.....	104
Lampiran 11 Path Coefficients.....	104

**PENGARUH *FINANCIAL SELF EFFICACY* DAN *SOCIAL MEDIA*
INFLUENCER TERHADAP NIAT INVESTASI EMAS LOGAM MULIA
ANTAM DENGAN *INVESTMENT KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

Oleh:

**NELISTA RIZKIYATI
21012010167/FEB/EM**

ABSTRAK

Investasi emas logam mulia ANTAM dianggap sebagai pilihan aman dan menguntungkan dalam jangka panjang. Di era digital, faktor psikologis dan sosial seperti keyakinan diri finansial serta pengaruh media sosial berperan penting membentuk niat seseorang untuk berinvestasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *financial self efficacy* dan *social media influencer* terhadap niat investasi emas logam mulia ANTAM dengan *investment knowledge* sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengukuran variabel menggunakan skala Likert. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 190 orang. Untuk menganalisis data dan menguji hipotesis, digunakan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui *software SmartPLS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial self efficacy* dan *social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi emas logam mulia ANTAM, selain itu *investment knowledge* terbukti mampu memoderasi pengaruh *financial self efficacy* terhadap niat investasi, namun tidak memoderasi pengaruh *social media influencer* terhadap niat investasi.

Kata Kunci: *Emas; Financial Self Efficacy; Investasi; Social Media Influencer*