



**THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, APPLICATION USABILITY, AND SERVICE QUALITY ON MUTUAL FUND PURCHASE DECISIONS THROUGH THE BIBIT APPLICATION AMONG GENERATION Z IN WEST JAVA**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEGUNAAN APLIKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REKSA DANA MELALUI APLIKASI BIBIT PADA KALANGAN GENERASI Z DI JAWA BARAT**

**Fathimah Azzahra Rahadian<sup>1</sup>, Irsyad Kamal<sup>2</sup>, Layyinaturobaniyah<sup>3</sup>**

Program Studi: Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

E-mail: [fathimah21002@mail.unpad.ac.id](mailto:fathimah21002@mail.unpad.ac.id)<sup>1</sup>, [irsyad.kamal@unpad.ac.id](mailto:irsyad.kamal@unpad.ac.id)<sup>2</sup>,

[layyinaturobaniyah@unpad.ac.id](mailto:layyinaturobaniyah@unpad.ac.id)<sup>3</sup>

**ARTICLE INFO**

**ABSTRACT**

**Correspondent**

**Fathimah Azzahra  
Rahadian**

[fathimah21002@mail.unpad.ac.id](mailto:fathimah21002@mail.unpad.ac.id)

**key words:**

*financial literacy,  
application usability,  
service quality, purchasing  
decision, bibit, Generation  
Z*

**Website:**

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

*One of the popular mutual fund investment tools among Generation Z is the Bibit application because of its practicality and ease of use. However, consumers' financial literacy backgrounds are still diverse, which can affect their investment choices. The purpose of this study is to partially and simultaneously determine how financial literacy, application usability, and service quality influence Generation Z's decisions in West Java to purchase mutual funds through the Bibit application. This study uses a combination of quantitative and qualitative methods. The findings of the study indicate that although application usability and service quality partially influence purchasing decisions, financial literacy has no partial impact. This conclusion is supported by the interview results, which show that most respondents choose Bibit more based on the ease of use and reliability of the application system than their knowledge of financial literacy. This study shows that, in terms of Generation Z, technology and service factors have a greater impact on investment choices..*

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p><b>Koresponden</b></p> <p><b>Fathimah Azzahra Rahadian</b>  <i>fathimah21002@mail.unpad.ac.id</i></p> <p><b>Kata kunci:</b>  <b>literasi keuangan, kegunaan aplikasi, kualitas layanan, keputusan pembelian, bibit, Generasi Z</b></p> <p><b>Website:</b>  <a href="https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER">https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</a></p> <p><b>Hal: 1198 – 1213</b></p>	<p>Salah satu alat investasi reksa dana yang populer di kalangan Generasi Z adalah aplikasi Bibit karena kepraktisannya dan kemudahan penggunaannya. Meskipun demikian, latar belakang literasi keuangan konsumen masih beragam, yang dapat memengaruhi pilihan investasi mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial dan simultan bagaimana literasi keuangan, kegunaan aplikasi, dan kualitas layanan memengaruhi keputusan Generasi Z di Jawa Barat untuk membeli reksa dana melalui aplikasi Bibit. Studi ini menggunakan kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun kegunaan aplikasi dan kualitas layanan memengaruhi keputusan pembelian secara parsial, literasi keuangan tidak memiliki dampak parsial. Kesimpulan ini didukung oleh hasil wawancara, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih Bibit lebih berdasarkan pada kemudahan penggunaan dan keandalan sistem aplikasi daripada pengetahuan mereka tentang literasi keuangan. Penelitian ini menunjukkan bahwa, dalam hal Generasi Z, faktor teknologi dan layanan memiliki dampak yang lebih besar pada pilihan investasi.</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.</i></p>

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang terus berkembang menyebabkan semakin cepatnya pemenuhan kebutuhan hidup. Setiap orang harus senantiasa memperbaharui pola pikir dan perilakunya karena kebutuhan konsumsinya yang tinggi dan beragam (Larasati, 2022). Kebutuhan konsumsi manusia jumlahnya tidak terbatas, sebagaimana diketahui, jika satu kebutuhan terpenuhi, kebutuhan baru akan mengikuti. Pada dasarnya, kebutuhan manusia dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori: kebutuhan yang mendesak dan perlu serta kebutuhan yang kurang penting dan tidak berguna (Sari, 2023). Meski demikian, masyarakat terutama Generasi Z tidak mampu mengatur banyak pola gaya hidup, termasuk perubahan pola pengeluaran, kehidupan mewah, dan pilihan mode, karena adanya gaya hidup dalam masyarakat.

Generasi Z, yang juga dikenal sebagai zoomers, adalah kelompok demografi yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Mereka tumbuh dikelilingi oleh teknologi digital, seperti media sosial, telepon pintar, dan internet, yang mempengaruhi gaya hidup, cara berpikir, dan hubungan dengan orang lain. Meskipun memiliki banyak potensi, Generasi Z juga berhadapan dengan sejumlah kesulitan dalam mengelola keuangan. Terdapat sejumlah variabel yang mempengaruhi Generasi Z dalam melakukan manajemen keuangan. Generasi Z seringkali dipengaruhi oleh teman sebaya, media sosial, dan iklan untuk mengikuti tren terbaru dan melakukan pembelian yang terburu-buru (Nurhidayati, 2024).



**Gambar 1. Jumlah Alokasi Keuangan Generasi Z**  
 Sumber: Katadata Insight Center, 2021

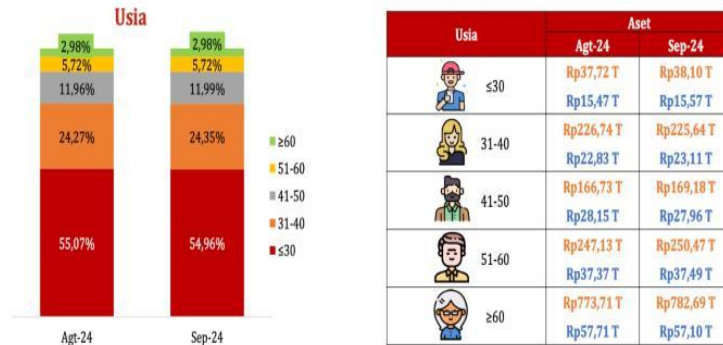
Mengacu pada survei yang dilaksanakan oleh katadata.co.id (2021) dapat disimpulkan bahwa Generasi Z lebih cenderung menyimpan sisa dana tanpa membuat alokasi tabungan khusus. Sebanyak 56,6% orang hampir tidak pernah atau tidak pernah menyisihkan uang untuk ditabung. Hal ini menunjukkan bahwa masih kurangnya pemahaman di kalangan Generasi Z mengenai pentingnya tujuan keuangan jangka panjang dan perencanaan keuangan yang terarah. Dampak dari gaya hidup konsumtif yang sering mendominasi pola pengeluaran mereka atau tidak adanya pendidikan keuangan terpadu sejak dini bisa merupakan salah satu unsur yang menyebabkan masalah ini.

Masyarakat terutama Generasi Z harus mampu menangani dan menanggapi keuangan pribadi seiring dengan bertambahnya kebutuhan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aulianingrum (2021), keterlibatan uang dalam hampir setiap aktivitas manusia, menyebabkan uang sering kali menjadi sumber masalah yang signifikan. Manusia merasa tidak dapat bertahan hidup tanpa uang ketika menyadari betapa pentingnya uang bagi kehidupan mereka. Oleh karena itu, Generasi Z harus mampu mengelola keuangan secara efektif dan bijaksana karena manusia sangat bergantung pada uang. Salah satu dari banyak cara kita dapat mengelola keuangan adalah dengan mampu mengendalikan setiap pengeluaran.

Salah satu praktik pengelolaan keuangan yang relevan di jaman ini adalah investasi. Menurut Hidayati (2017), investasi adalah proses menginvestasikan uang pada aset tertentu dengan harapan mendapatkan lebih banyak keuntungan di kemudian hari. Bergantung pada instrumen yang digunakan, investasi dapat diklasifikasikan ke dalam sejumlah kategori. Berdasarkan informasi yang dilansir melalui media keuangan kementerian keuangan, jenis produk investasi yang paling umum adalah logam mulia atau emas, properti, reksa dana, saham, obligasi, dan deposito. Salah satu produk investasi yang paling populer adalah reksa dana yang memungkinkan masyarakat luas untuk berpartisipasi dalam pasar modal melalui pengelolaan dana secara kolektif oleh manajer investasi, menurut penelitian yang dilakukan oleh Adelia (2024). Bagi investor perorangan yang tidak memiliki pemahaman mendalam tentang pasar keuangan, reksa dana menyediakan kemudahan dalam pengelolaan profesional dan diversifikasi aset (OJK, 2021).

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah melihat peningkatan tajam dalam jumlah investor. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), ada 14,21 juta investor pasar modal hingga Oktober 2024, meningkat 16,81% dari akhir tahun 2023. Hingga

Agustus 2024, jumlah investor reksa dana secara keseluruhan mencapai 12,88 juta orang, berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Angka ini naik 2,44% dibanding Juli 2024 yang mencapai 12,57 juta. Secara *year-to-date* (YTD), terjadi peningkatan jumlah investor reksa dana sebesar 18,87% dibanding 2023 yang hanya 11,41 juta.



**Gambar 2. Demografi Investor Individu Berdasarkan Usia**  
 Sumber: KSEI, 2024

Temuan menarik dari Gambar 2 adalah, menurut profil kelompok usia, sebagian besar investor pasar modal adalah generasi milenial muda dan Gen Z di bawah usia 30 tahun. Dapat dipahami mengapa banyak orang percaya bahwa beberapa tahun terakhir merupakan usia kelompok investor muda.

Di tingkat daerah, seperti di Jawa Barat, peningkatan jumlah investor reksa dana, khususnya Gen Z, juga terlihat. Menurut BEI Jawa Barat, hingga Maret 2020 tercatat sebanyak 38.071 investor yang merupakan generasi Z, yakni mereka yang berusia 18-25 tahun. Pada tahun 2021, angka tersebut melonjak menjadi 279.947, dan meningkat lagi pada tahun 2022.

**Tabel 1. Jumlah Penduduk Klasifikasi Generasi di Jawa Barat Tahun 2020**

Nama Provinsi	Post Generasi Z	Generasi Z	Milenial	Generasi X	Boomer
	Total	Total	Total	Total	Total
JAWA BARAT	6.212.835	12.965.399	12.653.335	10.169.066	5.600.895

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Menurut statistik demografi Jawa Barat tahun 2020, 12.965.399 orang merupakan bagian dari Generasi Z. Karena jumlahnya yang besar, Generasi Z menawarkan potensi yang sangat besar dalam sejumlah domain ekonomi, termasuk investasi. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Triana (2024) yang menyatakan bahwa, sejumlah elemen, seperti kemajuan teknologi dan sumber daya pendidikan pasar modal, berdampak pada pertumbuhan investor Generasi Z di Jawa Barat.

Salah satu bentuk dari kemajuan teknologi di bidang keuangan saat ini ditunjukkan dengan adanya berbagai aplikasi yang memungkinkan individu untuk berinvestasi tanpa bergantung pada lembaga keuangan konvensional.



**Gambar 3. Persentase Platform Pembelian Reksa Dana**  
Sumber: Katadata Insight Center, 2024

Generasi muda semakin banyak yang menggunakan aplikasi keuangan untuk berinvestasi. Salah satunya adalah aplikasi Bibit. Melalui pemanfaatan teknologi, aplikasi ini membuat produk investasi seperti reksa dana menjadi lebih mudah diakses dan harganya terjangkau. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh katadata.co.id, Bibit adalah alat daring yang paling banyak digunakan untuk membeli reksa dana. Posisi kedua ditempati oleh Bareksa lalu diikuti oleh IpotFund. Sedangkan 8 aplikasi lainnya menempati 3–10 posisi teratas.

Bibit merupakan komponen dari bisnis investasi Stockbit yang didirikan pada tahun 2013. Dengan jumlah pengguna yang tinggi menunjukkan bahwa aplikasi Bibit dapat berkembang menjadi salah satu aplikasi yang paling populer dan menarik untuk diteliti. Bibit merupakan pilihan yang disukai oleh investor muda yang mencari kemudahan penggunaan karena fitur otomatisasinya, seperti *robo- advisor*, yang membantu nasabah dalam membangun portofolio investasi terbaik melalui analisis algoritmik (Aliyah, 2023).

Selain fitur-fitur unggulan dalam aplikasinya, kualitas layanan aplikasi Bibit sangat penting untuk meningkatkan loyalitas dan kebahagiaan pelanggan, terutama di kalangan generasi Z. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rinjani dan Prehanto (2021), pengalaman pelanggan ditingkatkan oleh layanan berkualitas tinggi seperti keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan fitur yang mendorong investasi yang bijak. Selain itu, menjaga kepercayaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh penyelesaian keluhan yang cepat. Namun, loyalitas pengguna lebih dipengaruhi oleh seberapa cepat dan efisien masalah mereka diselesaikan, meskipun kualitas layanan memiliki efek yang menguntungkan (Indrawati, 2023)

Mengingat pesatnya pertumbuhan investor reksa dana di Indonesia, khususnya di kalangan Generasi Z, ada banyak peluang untuk meningkatkan inklusi dan literasi keuangan. Salah satu provinsi yang berkontribusi signifikan terhadap jumlah investor nasional adalah Jawa Barat, sehingga penelitian ini secara khusus berfokus pada Generasi Z di Jawa Barat, wilayah yang belum banyak mendapat perhatian dalam penelitian sejenis. Pengetahuan yang lebih mendalam tentang perilaku investasi digital generasi muda di Jawa Barat dapat diperoleh dengan menggabungkan faktor demografi dan geografis.

Meskipun jumlah investasi Generasi Z masih terus meningkat, masih ada beberapa masalah yang perlu diselesaikan, khususnya dalam hal memahami elemen-elemen yang

mempengaruhi keputusan pembelian reksa dana saat menggunakan aplikasi *online* seperti Bibit. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pembelian reksa dana melalui aplikasi Bibit, sekaligus menjadi peta jalan dalam menyusun strategi untuk mendorong keterlibatan investasi Generasi Z yang bijaksana dan berkelanjutan, khususnya di Jawa Barat.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan teknik *mix method*, yaitu perpaduan sistematis antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti, yaitu keputusan Generasi Z untuk membeli reksa dana melalui aplikasi Bibit.

Pada tahap kuantitatif, peneliti menyebarkan kuesioner kepada pengguna aplikasi Bibit dari Generasi Z di Jawa Barat. Teknik kuantitatif ini dirancang untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (literasi keuangan, kegunaan aplikasi, dan kualitas layanan) dengan variabel dependen (keputusan pembelian), serta memberikan gambaran statistik tentang fenomena yang diteliti. Data kuantitatif kemudian dievaluasi menggunakan perangkat lunak SPSS yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji kelayakan model.

Setelah data kuantitatif diperoleh, penelitian beralih ke tahap kualitatif. Teknik ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan beberapa responden terpilih yang telah menyelesaikan kuesioner sebelumnya dan dianggap mewakili karakteristik populasi penelitian. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menggali lebih dalam penyebab temuan kuantitatif, serta memahami persepsi, pengalaman, dan pertimbangan subjektif responden saat membeli reksa dana melalui aplikasi Bibit.

Penelitian ini mengikuti pendekatan eksplanatori sekuensial, dengan mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif terlebih dahulu, diikuti dengan pengumpulan data kualitatif untuk memperkuat hasil kuantitatif. Strategi ini konsisten dengan pandangan Creswell dan Plano Clark (2018), yang mengklaim bahwa metode campuran dengan pendekatan eksplanatori sekuensial efektif untuk memahami hubungan antara variabel dan memperluas konteks hasil yang diperoleh secara statistik.

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner untuk pendekatan kuantitatif dan wawancara untuk pendekatan kualitatif. Survei dirancang dalam bentuk skala Likert, dan wawancara bersifat semi-terstruktur untuk menjaga responden tetap fokus sekaligus memungkinkan eksplorasi keyakinan mereka. Data dianalisis secara independen menurut pendekatan dan kemudian digabungkan dalam diskusi akhir.

Populasi penelitian ini adalah generasi Z di Jawa Barat yang lahir pada rentang tahun 1997-2012, dengan catatan pernah menggunakan Aplikasi Bibit untuk membeli reksa dana. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, sebanyak 160 pengguna akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini termasuk data primer, yaitu data yang bersifat langsung dan memberikan hasil data kepada peneliti. Teknik yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner (angket) untuk memberikan beberapa pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden (Sugiyono, 2021f). Penelitian ini menggunakan data sekunder dari studi pustaka sebagai tambahan data primer.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) digunakan dalam uji normalitas penelitian ini. Jika signifikansi variabel lebih tinggi dari 0,05 dalam uji Kolmogorov Smirnov (K-S) ini, residual dianggap terdistribusi secara teratur. Tabel berikut menampilkan temuan uji normalitas ini:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Sampel	Nilai Kolmogorov Smirnov	Signifikansi
153	0.05	0.200

Sumber: Pengolahan data primer, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, uji Kolmogorov Smirnov (K-S) menghasilkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa ambang batas signifikansi uji tersebut lebih tinggi dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), yang mendukung gagasan bahwa residual terdistribusi secara teratur.

#### Uji Multikolinearitas

Nilai Toleransi dan Varians Inflasi Faktor (VIF) diperiksa untuk melakukan uji multikolinearitas. Multikolinearitas antara variabel independen dapat dihilangkan dari model regresi jika:

- Multikolinearitas tidak ada jika VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10.
- Multikolinearitas terjadi jika VIF lebih besar dari 10 dan nilai toleransi kurang dari 0,10.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan (X1)	0.855	1.170
Kegunaan Aplikasi (X2)	0.698	1.433
Kualitas Layanan (X3)	0.792	1.263

Sumber: Pengolahan data primer, 2025

Berdasarkan tabel 3, setiap variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10. Dari hasil uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi.

#### Heteroskedastisitas

Dengan memeriksa nilai signifikansi, peneliti menggunakan uji Glejser dalam penelitian ini. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika nilai signifikansi melebihi ambang batas keyakinan 5%. Berikut ini merupakan tabel hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi
Literasi Keuangan (X1)	0.103
Kegunaan Aplikasi (X2)	0.352
Kualitas Layanan (X3)	0.364

Sumber: Pengolahan data primer, 2025

Dari hasil uji heteroskedastisitas di atas diketahui bahwa semua variabel bebas bersifat heteroskedastis karena nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	$\beta$	T hitung	Signifikansi
(Constant)	1.827	1.490	0.138
Literasi Keuangan (X1)	0.010	0.388	0.698
Kegunaan Aplikasi (X2)	0.467	12.164	<0.001
Kualitas Layanan (X3)	0.228	10.055	<0.001

Sumber: Pengolahan data primer, 2025

Dari hasil pengujian regresi linear berganda tersebut, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi yaitu:

$$Y = 1.827 + 0.010X_1 + 0.467X_2 + 0.228X_3 + e$$

Dampak masing-masing variabel X1, X2, dan X3 terhadap Y dapat diperiksa menggunakan persamaan regresi di atas, khususnya:

1. Nilai konstanta sebesar 1,827 memiliki makna bahwa nilai Keputusan Pembelian Reksa Dana (Y) berada pada angka 1,827 apabila variabel Literasi Keuangan (X<sub>1</sub>), Kegunaan Aplikasi (X<sub>2</sub>), dan Kualitas Layanan (X<sub>3</sub>) bernilai nol atau tetap.
2. Nilai koefisien regresi untuk Literasi Keuangan (X<sub>1</sub>) adalah 0,010, yang menunjukkan bahwa, dengan asumsi semua faktor lain tetap sama, Keputusan Pembelian Reksa Dana akan meningkat sebesar 0,010 untuk setiap peningkatan satu unit Literasi Keuangan. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,698 (> 0,05) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan secara statistik antara literasi keuangan dan keputusan pembelian.
3. Nilai koefisien regresi Kegunaan Aplikasi (X<sub>2</sub>) adalah 0,467, yang menunjukkan bahwa, jika semua faktor lain tetap sama, Keputusan Pembelian Reksa Dana akan meningkat sebesar 0,467 untuk setiap peningkatan satu unit dalam Kegunaan Aplikasi. Dampak kegunaan aplikasi pada keputusan pembelian sangat signifikan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,001.
4. Nilai koefisien regresi untuk Kualitas Layanan (X<sub>3</sub>) adalah 0,228, yang menunjukkan bahwa, dengan asumsi semua faktor lain tetap sama, Keputusan Pembelian Reksa Dana akan meningkat sebesar 0,228 untuk setiap peningkatan satu unit dalam Kualitas Layanan. Dampak kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sama besarnya ketika nilai signifikansinya kurang dari 0,001.

Faktor Kegunaan Aplikasi (X<sub>2</sub>) dan Kualitas Layanan (X<sub>3</sub>) memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian reksa dana, namun Literasi Keuangan (X<sub>1</sub>) tidak memiliki dampak yang signifikan, menurut temuan ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor layanan dan teknologi memiliki dampak yang lebih besar terhadap perilaku investasi reksa dana daripada literasi keuangan yang sebenarnya.

### Uji Kelayakan Model

#### Analisis Koefisien Determinasi

Kontribusi variabel independen terhadap penjelasan variabel dependen dipastikan menggunakan Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>). Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1 (0 < R<sup>2</sup> < 1). Hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen disediakan oleh variabel independen jika nilai R<sup>2</sup> mendekati 1. Di sisi lain, jika R<sup>2</sup> menurun ke nol, itu menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan varians variabel dependen menjadi semakin terbatas.

**Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	St. Error the Estimate
1	0.877	0.769	0.765	1.11984

Sumber: Pengolahan data primer, 2025

Berdasarkan analisis koefisien determinasi di atas, nilai R Square adalah 0,769, yang berarti bahwa tiga variabel independen dalam model – Literasi Keuangan (X1), Kegunaan Aplikasi (X2), dan Kualitas Layanan (X3) – dapat menjelaskan 76,9% variasi dalam variabel Keputusan Pembelian Reksa Dana. Faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini menjelaskan 23,1% sisanya. Korelasi yang sangat kuat antara variabel independen dan dependen ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,877. Karena perubahan jumlah prediktor dalam model tidak mengubah nilai koefisien secara signifikan, nilai R Square yang Disesuaikan sebesar 0,765 menunjukkan bahwa model regresi ini cukup stabil. Derajat kesalahan prediksi model terhadap data aktual ditunjukkan dengan nilai Standar Error of the Estimate sebesar 1,11984; semakin rendah nilai ini, semakin efektif model menjelaskan data.

**Uji F (Uji Simultan)**

Untuk mengetahui apakah semua faktor bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat, digunakan Uji F dengan melihat tabel F dan menentukan F hitung. Ada pengaruh simultan jika F hitung lebih besar dari F tabel.

**Tabel 7. Hasil Uji F (Uji Simultan)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	622.677	3	207.559	165.512	<0.001
Residual	186.853	149	1.254		
Total	809.529	152			

Sumber: Pengolahan data primer, 2025

Nilai F yang dihitung adalah 165,512 dengan nilai signifikansi <0,001, menurut tabel di atas. Dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibangun signifikan secara simultan karena nilai signifikansi secara signifikan kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen, keputusan pembelian reksa dana (Y), secara signifikan dipengaruhi oleh faktor-faktor independen, literasi keuangan (X1), kegunaan aplikasi (X2), dan kualitas layanan (X3) secara bersama- sama. Oleh karena itu, model regresi sesuai untuk penelitian ini.

**Uji t (Uji Parsial)**

Uji ini mengukur tingkat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Tingkat signifikansi, yaitu 0,05, mengilustrasikan kriteria untuk menerima atau menolak hipotesis. Jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05 (<0,05), hipotesis diterima; jika lebih besar (>0,05), hipotesis ditolak

**Tabel 8. Hasil Uji t (Uji Parsial)**

Model	Unstandarized Coefficients B	Std. Error	Standarized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1.827	1.226		1.490	0.138
Literasi	0.010	0.025	0.017	0.388	0.698
Keuangan (X1)					
Kegunaan	0.467	0.038	0.573	12.164	<0.001
Aplikasi (X2)					
Kualitas Layanan (X3)	0.228	0.023	0.445	10.055	<0.001

Sumber: Pengolahan data primer, 2025

Berdasarkan hasil uji t, variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,698 ( $>0,05$ ), seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang terbatas dan minor terhadap Keputusan Pembelian Reksa Dana (Y). Variabel Kegunaan Aplikasi (X2) dan Kualitas Layanan (X3) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel Y, dengan nilai  $p < 0,001$ .

Hal ini menyiratkan bahwa keputusan pengguna untuk membeli reksa dana meningkat seiring dengan penilaian mereka terhadap kegunaan aplikasi dan kualitas layanan. Namun, belum terbukti bahwa tingkat literasi keuangan memengaruhi situasi ini secara signifikan.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, dengan skor rata-rata 85,19%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesadaran yang kuat terhadap dasar-dasar pengelolaan keuangan seperti penganggaran, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, dan menyadari bahaya investasi.

Namun, hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian reksa dana (nilai signifikansi = 0,698  $> 0,05$  dan  $t$  hitung 0,388  $< t$  tabel 1,976). Dengan demikian, dalam penelitian ini  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh positif antara literasi keuangan terhadap keputusan pembelian reksa dana melalui aplikasi Bibit. Hal ini dapat disebabkan oleh pentingnya fitur aplikasi dalam memberikan saran investasi, yang berarti bahwa tingkat literasi yang tinggi biasanya bukan penentu utama keputusan pembelian.

Hasil wawancara mendukung temuan ini. Beberapa responden menyatakan bahwa meskipun mereka tidak sepenuhnya memahami istilah keuangan, mereka merasa yakin karena fitur Bibit memudahkan pengambilan keputusan. Dalam wawancara, mayoritas responden menunjukkan pemahaman dasar yang cukup baik mengenai pengelolaan keuangan. Responden IAR, misalnya, telah membagi pendapatannya ke dalam pos-pos tetap seperti kebutuhan harian, tabungan, dan investasi. Ia menyatakan bahwa "Saya setiap bulannya sudah punya pembagian alokasi dana dari penghasilan saya. Contohnya 50% untuk kebutuhan sehari-hari, 30% untuk tabungan dan 20% untuk investasi." dan ia memaknai tabungan sebagai dana yang disimpan untuk keperluan tertentu, sedangkan investasi bertujuan untuk perkembangan nilai uang dalam jangka waktu tertentu.

Sementara itu, responden SBP juga menekankan pentingnya menyisihkan dana di awal, bukan menabung dari sisa anggaran. Menurutnya, "tabungan tuh bukan sisanya, tapi dari awal disisihin. Karena kalau nggak disisihin, pasti habis duluan." Ia juga membedakan tabungan sebagai dana mengendap, sedangkan investasi berpotensi bertumbuh ataupun menyusut.

Dalam hal pengelolaan utang dan kredit, prinsip kehati-hatian muncul sebagai pola umum. Responden SB menyampaikan bahwa ia selalu mengutamakan pelunasan utang sebelum mulai berinvestasi. Ia mengatakan, "keluarin dulu hutang, bayar kredit baru sisanya bisa diinvestasikan," menandakan adanya pemahaman bahwa pengelolaan risiko dimulai dari kondisi keuangan yang sehat.

Dalam mempertimbangkan risiko investasi, sebagian besar responden menunjukkan sikap waspada. ZS yang baru mulai berinvestasi, menyatakan bahwa ia “sangat mempertimbangkan risiko karena yang namanya uang nggak boleh disia-siakan sekecil apapun.” Ia bahkan mencari referensi dari konten-konten edukatif sebelum memilih produk reksa dana. Namun, tidak semua responden menunjukkan sikap serupa. RB, misalnya, cenderung mempercayakan pertimbangan risiko kepada fitur yang disediakan aplikasi. Ia menyebut, “yang mempertimbangkan risikonya kan si Bibit-nya, jadi saya percaya aja sama Bibit.”

Hal ini dimungkinkan karena aplikasi Bibit dilengkapi dengan *robo advisor* dan alat *auto-risk profiling* yang memungkinkan pengguna untuk berinvestasi tanpa memerlukan pemahaman mendalam tentang keuangan. Oleh karena itu, keputusan untuk membeli reksa dana tetap dibuat meskipun tidak memiliki komponen literasi keuangan yang kuat.

Temuan ini senada dengan penelitian Milzam, Taruna, dan Shofiyuddin (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi pada Generasi Z. Hal ini terjadi karena kemudahan teknologi dan toleransi risiko memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan investasi.

#### **Pengaruh Kegunaan Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan sudut pandang deskriptif, variabel ini memiliki skor tertinggi kedua sebesar 86,01%. Aplikasi Bibit dianggap memiliki antarmuka yang ramah pengguna, elemen instruksional, serta navigasi dan transaksi yang mudah. Hal ini menghasilkan pengalaman pengguna yang lebih baik dan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan dalam berinvestasi.

Berdasarkan hasil pengujian data, kegunaan aplikasi memiliki dampak besar pada keputusan pembelian reksa dana. Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi kurang dari 0,001 ( $<0,05$ ) dan  $t$  hitung sebesar 12,164 ( $>1,976$ ). Akibatnya,  $H_0$  ditolak sementara  $H_2$  diterima dalam penelitian ini yang berarti terdapat pengaruh positif antara kegunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian reksa dana melalui aplikasi Bibit

Hasil wawancara mendukung hal ini; mayoritas responden merasa terbantu dengan alat seperti Robo Advisor, yang secara otomatis memberikan saran investasi berdasarkan profil risiko. Mayoritas responden menganggap bahwa aplikasi Bibit sangat membantu dalam proses pemilihan produk reksa dana. PAA, yang mengaku masih awam soal investasi, merasa terbantu dengan adanya fitur *Robo Advisor*. Ia menyampaikan bahwa “*Robo Advisor*-nya ngasih rekomendasi berdasarkan profil risiko aku, jadi nggak perlu bingung harus pilih produk apa.” Fitur ini mempermudah investor pemula untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan toleransi risiko mereka.

Hal senada disampaikan oleh SB. Menurutnya, fitur-fitur di Bibit sangat *beginner-friendly*, dan memberikan arahan yang jelas sebelum pengguna mengambil keputusan pembelian. Bahkan saat membeli reksa dana, ia merasa sudah bisa memprediksi risiko maupun proyeksi kinerja dari portofolio yang dipilih.

Dari sisi kemudahan penggunaan, aplikasi Bibit juga mendapatkan penilaian positif. IAR menyatakan bahwa ia tidak pernah mengalami tantangan berarti saat menggunakan aplikasi. Ia mengaku, “selama ini sih nggak ada tantangan ya. Udah cukup bagus makanya saya jadiin Bibit buat aplikasi utama saya buat investasi.”

Demikian pula ZS yang merasa bahwa tampilan aplikasi cukup mudah dipahami, terutama bagi pengguna baru.

Temuan penelitian berjudul oleh Aling Mukaromatun Nisa dan Amalia Nuril Hidayati (2022) mendukung hal tersebut. Menurut survei tersebut, kemajuan teknologi – seperti kemudahan penggunaan platform digital – berdampak besar pada minat Generasi Z dalam berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih suka menggunakan aplikasi untuk kegiatan investasi jika mudah digunakan dan efektif.

Tata letak aplikasi Bibit yang mudah digunakan, proses pendaftaran dan pembelian yang mudah, serta integrasi pembayaran yang cepat dan aman merupakan beberapa keunggulan yang mendorong konsumen Generasi Z untuk membeli reksa dana.

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian**

Kualitas layanan juga mendapat nilai tinggi dalam analisis deskriptif, yaitu sebesar 85,54%. Komponen ini terdiri dari berbagai indikator, seperti tampilan visual, keandalan informasi, waktu respons layanan, serta jaminan keamanan dan kenyamanan pengguna. Berdasarkan hasil pengujian data, kegunaan aplikasi memiliki dampak besar pada keputusan pembelian reksa dana. Hasil pengujian mendukung hal ini, dengan tingkat signifikansi kurang dari  $0,001 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $10,055 > t$  tabel  $1,976$ . Akibatnya,  $H_0$  ditolak sementara  $H_3$  diterima dalam penelitian ini, yang berarti terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian reksa dana melalui aplikasi Bibit.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengguna merasa nyaman dalam bertransaksi karena Bibit diawasi OJK, memberikan informasi yang transparan, dan memiliki layanan pelanggan yang cepat. Tampilan aplikasi Bibit mendapat banyak apresiasi dari para responden. PA menyebut desain aplikasi ini sebagai “modern dan minimalis,” yang tetap menyenangkan digunakan bahkan saat ada fitur yang belum dipahami sepenuhnya. MS juga menyatakan bahwa navigasi aplikasi tidak membingungkan dan menyebutnya “cukup simple.”

Dari sisi keandalan, mayoritas responden menilai bahwa aplikasi ini dapat diandalkan dalam memberikan informasi yang transparan dan dalam menjalankan transaksi. PAA, misalnya, menyampaikan bahwa “transaksinya cepat dan infonya transparan, kayak return dan risikonya kelihatan jelas.” Sementara SB menekankan pentingnya kelancaran transaksi dalam pengalaman berinvestasi, dan menilai Bibit sebagai platform yang sejauh ini selalu dapat diandalkan.

Responden yang pernah menghubungi layanan pelanggan pun memberikan penilaian positif. SZK menceritakan pengalamannya ketika menghadapi kendala verifikasi akun, “CS-nya responsif banget. Jawaban mereka cepat dan beneran kasih solusi,” ungkapnya. Aspek terakhir yang dibahas dalam kualitas layanan adalah rasa aman dan kepedulian terhadap pengguna. SB menilai bahwa pengawasan dari OJK menjadi faktor penting dalam mempercayai Bibit sebagai aplikasi investasi. Ia berkata, “Bibit menjamin bahwa aplikasi tersebut diawasi oleh OJK. Itu menurut saya dasar yang penting.” PAA juga menyoroti aspek edukasi yang disediakan oleh Bibit, yang membuatnya merasa dipandu dan dipahami sebagai pengguna baru.

Temuan ini sesuai dengan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan oleh Syafrida dan Indrawati (2024). Menurut penelitian tersebut, kepuasan pengguna terhadap aplikasi Bibit dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan, termasuk daya tanggap, aksesibilitas, dan ketersediaan materi pembelajaran, meskipun tidak terlihat adanya pengaruh langsung terhadap loyalitas.

Kepercayaan pengguna sebagian besar dipengaruhi oleh layanan yang responsif dan edukatif serta kapasitas aplikasi untuk mengedukasi pengguna tentang uang melalui fitur-fitur seperti artikel, video, dan tanya jawab umum. Hasilnya, pelayanan nasabah yang positif mempengaruhi pembelian reksa dana menggunakan aplikasi Bibit bagi Generasi Z.

### **Pengaruh Literasi Keuangan, Kegunaan Aplikasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian**

Uji F menunjukkan bahwa tiga variabel independen (literasi keuangan, kegunaan aplikasi, dan kualitas layanan) berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian reksa dana (nilai  $p < 0,001$ ). Analisis regresi menghasilkan nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,765, yang menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut dapat menjelaskan 76,5% variasi dalam keputusan pembelian. Maka dari itu,  $H_0$  ditolak sementara  $H_4$  diterima dalam penelitian ini, yang berarti terdapat pengaruh positif secara simultan antara literasi keuangan, kegunaan aplikasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian reksa dana melalui aplikasi Bibit

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa ketiganya memiliki skor persentase yang tinggi (>85%), yang menunjukkan bahwa responden mempersepsikan ketiga karakteristik tersebut secara positif. Namun, hasil uji t menunjukkan bahwa hanya kegunaan aplikasi dan kualitas layanan yang memiliki pengaruh signifikan secara statistik, sedangkan literasi keuangan tidak.

Analisis kualitatif mendukung kesimpulan ini. Kegunaan aplikasi merupakan faktor yang paling bernilai karena kesederhanaan, kepraktisan, dan fitur pendukung investasinya. Kualitas layanan membangun kepercayaan melalui penampilan profesional, edukasi, dan layanan pelanggan. Sementara itu, meskipun literasi keuangan sangat penting, literasi keuangan belum menjadi elemen dominan karena tersedianya alat bantu seperti *Robo Advisor*, yang menghilangkan kebutuhan akan pemahaman mendalam.

Temuan ini serupa dengan penelitian Rahmawati dan Nugroho (2022) yang menemukan bahwa kombinasi kemudahan aplikasi, layanan responsif, dan pemahaman keuangan mendorong niat investasi pada platform digital.

### **SIMPULAN**

Simpulan berikut didasarkan pada hasil pemrosesan dan analisis hasil temuan penelitian, dan penggunaan kualitas aplikasi dan layanan dalam keputusan untuk membeli dana investasi dengan anak-anak yang difokuskan pada generasi Z Jawa Barat:

1. Di Jawa Barat, keputusan Generasi Z untuk membeli reksa dana dipengaruhi secara positif oleh kegunaan aplikasi Bibit. Meskipun tingkat pengetahuan keuangan nasabah berbeda-beda, fitur-fitur seperti *Robo Advisor*, penjelasan produk yang jelas, dan tampilan aplikasi yang intuitif terbukti memengaruhi keputusan pembelian.
2. Keputusan pembelian reksa dana juga sangat terpengaruh oleh kualitas layanan aplikasi Bibit. Pendapat positif responden tentang responsivitas layanan nasabah, keandalan program, dan jaminan keamanan dari pengawasan OJK dan LPS, yang membuat pengguna yakin, menunjukkan hal ini.
3. Keputusan pembelian reksa dana tidak dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan. Kemudahan penggunaan terus memberikan pengaruh yang lebih besar pada keputusan pembelian dan kredibilitas aplikasi daripada oleh analisis atau

- pemahaman keuangan independen, meskipun beberapa responden memiliki pengetahuan dasar tentang manajemen keuangan dan risiko investasi.
4. Berbeda dengan proses peninjauan menyeluruh berdasarkan literasi keuangan, kesimpulan ini menunjukkan bahwa Generasi Z di era digital cenderung lebih mengandalkan kenyamanan layanan dan kemudahan teknologi saat membuat keputusan investasi.
  5. Oleh karena itu, daripada hanya berfokus pada peningkatan literasi keuangan, strategi pelatihan berbasis aplikasi yang interaktif dan responsif dianggap lebih berhasil dalam mendorong keterlibatan investasi di kalangan Generasi Z

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, F., Safitri, L., Azzahra, N., Ramli, R., & Lubis, P. (2024). Reksa Dana Solusi Investasi Terpadu Bagi Investor Pemula. *Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 5.
- Ajeng, N. F., & Lubis, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Inklusi Keuangan Syariah, Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z Di Jawa Barat.
- Aliyah, S., Medyawati, H., & Yunanto, M. (2023, Juni). Determinan Minat Menggunakan Aplikasi Reksa Dana Bibit Pada Mahasiswa. *Ultima Management*, 14.
- Anjarwati, L., Nuraisyiah, & Hasyim, S. H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi Pada Sekolah Menengah Kejuruan Di Kabupaten Gowa. *Journal Of Art, Humanity & Social Studies*, 3.
- Aulia, I. S., Amanda, T., & Azmi, Z. (2025). Preferensi Gen Z Menggunakan Platfrom Investasi Digital Di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 316-325.
- Aulia, S., Giriati, G., Mustika, U. N., & Mustaruddin, M. (2024). Peran Mediasi Literasi Keuangan Dalam Keputusan Investasi Bagi Generasi Z: Pengujian Bias-Bias Perilaku. *Journal Of Management And Digital Business*.
- Aulianingrum, R. D., & Rochmawati. (2021, September). Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 15.
- Carolynne, L. J., & Richard, M. S. (2000). *Conceptualising Financial Literacy*. Business School Research Series.
- Fred, D. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly*, 13, 319-340.
- Grace, S. M., Mince, B., & Evi, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi (Jrea)*, 1, 44-58.
- Hidayati, A. N. (2017, Juni). Investasi: Analisis Dan Relevansinya Dengan Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8.
- Hogarth, J., & Hilgert, M. A. (2002). Financial Literacy And Family And Consumer Sciences. *Journal Of Family And Consumer Sciences*.
- Indrawati, S. A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening

(Studi Pada Generasi Milenial Di Jakarta Sebagai Pengguna Aplikasi Bibit Reksa Dana Syariah).

- Indrawati, S. A., & Syafrida, I. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Aplikasi Bibit Investasi Reksa Dana Syariah). *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*.
- John, W. C., & Vicki, L. P. (2018). *Designing And Conducting Mixed Methods Research (3rd Edition)*. Sage Publications, Inc.
- Johny, B., Yulfiswandi, Sherry, Michelle, A. L., Jessica, V., Aurellia, A., & Kristina. (2022). Evaluasi Perilaku Keuangan Generasi Z Dalam Melakukan Investasi Reksa Dana Syariah. *Seiko: Journal Of Management & Business*, 5, 373-381.
- Kartika, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasiinvestasi, Dan Modal Minimal Investasiterhadap Minat Berinvestasi Gen Z Padaaplikasi Bibit. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*.
- Kazia, L., Luky, P. W., & Lucky, S. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (Jpak)*, 9, 131-139.
- Kotler, & Philip. (2012). *Kotler On Marketing*. Simon And Schuster.
- Larasati, R. K., & Yudiantoro, D. (2022, April). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemajuan Teknologi Informasi, Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Pasar Modal. *Jurnal Investasi*, 8, 55-64.
- Louis, V., Carol, A., Jamie, K., Deanna, M. L., Jurg, K. S., & Jeremy, W. (2000). *Personal Finance And The Rush To Competence: Financial Literacy Education In The U.S.*
- Lusardi, A., & Mitchell, O. (2014). *The Economic Importance Of Financial Literacy: Theory And Evidence*. *Journal Of Economic Literature*.
- Michael, D. (2019). *Defining Generations: Where Millennials End And Generation Z Begins*. Retrieved From Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Milzam, M., Taruna, M. S., & Shofiyuddin, M. (2024). Analisis Keputusan Investasi Gen Z Melalui Literasi Keuangan Dan Risk Tolerance. *Jurnal Geoekonomi*, 15, 14-25.
- Muhammad, R. F. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Financial Behavior Pada Generasi Z Di Dki Jakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 8, 145- 162.
- Ni, P. I., & Ni, K. S. (2023). Peran Financial Literacy Dan Herding Dalam Keputusan Investasi Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Usi*, 5, 146-152.
- Nisa, A. M., & Hidayati, A. N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Kemajuan Teknologi Dan Motivasi Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4, 28-35.
- Pasolong, D. H. (2023). *Teori Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta.
- Rila, M., Rahmat, A., & Rina, M. (2023). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orangtua, Literasi Keuangan, Dan Kontrol Diri Terhadap Manajemen Keuangan Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunung Leuser Aceh. *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, 11, 10-26.

- Rinjani, A., & Prehanto, D. R. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Bibit Reksadana Menggunakan Metode Eucs Dan Ipa. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 10, 123-136.
- Rosacker, K., Ragothaman, S., & Gillispie, M. (2009). Financial Literacy Of Freshmen Business School Student. *College Student Journal*.
- Salusu. (1996). *Pengambilan Keputusan Stratejik: Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023, April). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal Of Creative Student Research (Jcsr)*, 1, 137-151.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Pt Gramedia. Siregar, B. A. (2019). *Teori Pengambilan Keputusan*. Medan: Umsu Press.
- Siregar, D. B., & Ichsan, D. N. (2024). *Teori Pengambilan Keputusan*. Cv. Azka Pustaka.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, H., & Ikhsan. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. *Business Journal: Jurnal Bisnis Dan Sosial*, 7, 47-60. Syafitri, A., Giriati, G., Mustika, U. N., & Mustaruddin, M. (2024). Peran Mediasi Literasi Keuangan Dalam Keputusan Investasi Bagi Generasi Z: Pengujian Bias-Bias Perilaku. *Journal Of Management And Digital Business*.
- Tia, A., Mardiyati, & Megawati. (2022). Pengaruh Financial Knowledge Terhadap Financial Behavior Dengan Financial Attitude Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Stiep*, 7, 35-41.
- Triana, B., Rachman, C., Octaviani, H., Saepudin, L., & Suherman, U. (2024, Februari). Membangun Minat Generasi Z Terhadap Investasi Reksa Dana Di Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (Ambitek)*, 4, 114-124.
- Zain, T., Setiyo, P., & Fathihani. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (Embiss)*, 3, 602-610.