
PENGARUH LOVE OF MONEY, LITERASI KEUANGAN DAN AKSES FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP PERILAKU INVESTASI GEN-Z DI KOTA DENPASAR YANG DIMODERASI OLEH RISK AVERSION

Yossa Adi Partama^{1*}, Putu Sri Arta Jaya Kusuma²

^{1,2}Universitas Pendidikan Nasional

*Email: 9b.adi.34@gmail.com

Diterima: 04/03/2025

Diterima: 10/04/2025

DiPublikasi: 01/07/2025

DOI: <https://doi.org/10.22225/kr.17.1.2025.49-58>

Abstract

This study aims to analyze the effect of love of money, financial literacy, and access to financial technology on investment behavior among Generation Z in Denpasar, with risk aversion as a moderating variable. The study respondents are 180 Generation Z individuals in Denpasar, with data collected through a questionnaire. The data was analyzed using SEM-PLS with the SmartPLS 3 software application. The results show that love of money and financial literacy significantly positively affect investment behavior. In contrast, access to financial technology significantly negatively affects investment behavior. Risk aversion weakens the impact of the love of money and strengthens the effect of financial literacy and access to financial technology on investment behavior, although not all effects are significant. This study highlights the importance of financial literacy and risk aversion in supporting investment behavior, as well as the limitations of technology access without financial literacy.

Keywords: Love Of Money, Financial Literacy, Financial Technology Access, Investment Behavior, Risk Aversion

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh love of money, literasi keuangan, dan akses financial technology terhadap perilaku investasi generasi Z di Kota Denpasar, dengan risk aversion sebagai variabel moderasi. Responden penelitian ini berjumlah 180 orang dari generasi Z di Kota Denpasar, yang datanya dikumpulkan melalui kuesioner. Data menggunakan analisis SEM-PLS dengan aplikasi software SmartPLS 3. Hasil penelitian menjelaskan bahwa love of money dan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku investasi. Sebaliknya, akses financial technology berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku investasi. Risk aversion memperlemah pengaruh love of money serta memperkuat pengaruh literasi keuangan dan akses financial technology terhadap perilaku investasi, tetapi tidak semuanya signifikan. Penelitian ini menunjukkan pentingnya literasi keuangan dan risk aversion dalam mendukung perilaku investasi, serta menyoroti keterbatasan akses teknologi tanpa literasi keuangan

Kata Kunci: Love Of Money, Literasi Keuangan, Akses Financial Technology, Perilaku Investasi, Risk Aversion

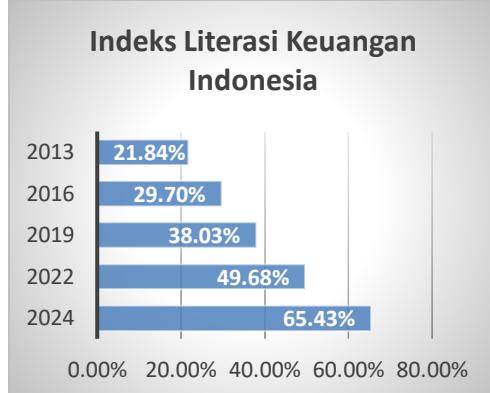
PENDAHULUAN

Penelitian ini memiliki judul "Pengaruh Love of Money, Literasi Keuangan, dan Akses Financial Technology terhadap Perilaku Investasi Gen-Z di Kota Denpasar yang Dimoderasi oleh Risk Aversion" bertujuan untuk mempelajari hubungan antara faktor-faktor tersebut dalam hal perilaku investasi generasi Z. Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi digital, menikmati kemudahan akses terhadap teknologi keuangan dibandingkan pendahulunya, yang turut membentuk kebiasaan investasi mereka.

Love of money memiliki arti sebagai sikap individu yang menempatkan uang dan kekayaan sebagai prioritas utama, terutama dalam menentukan pilihan yang berkaitan dengan etika. (Permatasari & Anis Surayya, 2019). *Love of money* sering memengaruhi pilihan keuangan seseorang. Menurut penelitian sebelumnya, sikap ini dapat menyebabkan perilaku manajemen keuangan yang baik, individu yang memiliki tingkat kecintaan

tinggi terhadap uang biasanya lebih cermat dalam mengelola dana mereka. Sebaliknya, meningkatkan pengetahuan keuangan individu sangat penting untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang barang dan jasa keuangan, sehingga membantu mereka membuat pilihan investasi yang lebih cerdas. Literasi keuangan sering diartikan sebagai kapasitas seseorang untuk menguasai dan memanfaatkan pengetahuan serta keterampilan finansial secara optimal (Cupák et al., 2019). Setiap orang harus memahami dan menguasai literasi keuangan karena mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan yang tepat (Kartini et al., 2020).

Tabel 1
Indeks Literasi Keuangan Indonesia



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (Keuangan, 2024) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan penduduk Indonesia pada tahun 2024 adalah 65,43%, naik dari 21,84% pada tahun 2013, 29,70% pada tahun 2018, 38,03% pada tahun 2019, dan 49,68% pada tahun 2022. Penelitian oleh Putri dan Hamidi (2019) menemukan bahwa mahasiswa MM di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi mereka. Selain itu, pendidikan dan pengelolaan keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman mereka tentang keuangan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi perilaku investasi mereka. Studi telah menunjukkan bahwa pengetahuan tentang keuangan adalah kemampuan penting untuk mengelola keuangan dengan baik.

Generasi Z, di sisi lain, dapat berinvestasi melalui berbagai platform digital berkat ketersediaan *financial technology* atau yang sering disebut dengan teknologi keuangan. Generasi Z adalah kelompok orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 (BeresfordResearch, 2023). Menurut survei yang dilakukan oleh Alvara Research Center, mereka lebih bergantung pada teknologi, terutama internet, lebih dari generasi lainnya. Sebagian besar dari Gen Z menggunakan internet lebih dari 7 jam per hari (Databoks, 2022). *Fintech* adalah teknologi yang digunakan untuk meningkatkan aktivitas keuangan dengan menggunakan teknologi canggih untuk mengembangkan produk atau layanan keuangan (Setyaningsih et al., 2019). penelitian menunjukkan bahwa *fintech* dapat meningkatkan perilaku investasi dan manajemen keuangan dengan memberikan informasi real-time dan kemudahan transaksi. Namun, kecintaan pada uang dan literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku investasi dengan cara yang dikontrol oleh *Risk Aversion*. Meskipun mereka mahir dan akrab dengan teknologi keuangan, orang dengan tingkat *risk aversion* tinggi mungkin lebih berhati-hati saat membuat keputusan investasi. *Risk aversion* merupakan kecenderungan orang untuk memilih hasil yang lebih aman dan stabil daripada hasil yang dapat menyebabkan kerugian atau risiko yang lebih besar (Riepe et al., 2022). Natasya (2022) menemukan bahwa aversion terhadap risiko memengaruhi pilihan investasi mereka. Adil (2022) menjelaskan bahwa untuk investor laki-laki, *risk aversion* memengaruhi pilihan investasi mereka, sedangkan untuk investor perempuan, *risk aversion* memengaruhi pilihan investasi mereka.

Jumlah pengguna internet yang ada di Indonesia diproyeksikan mencapai 221,5 juta—atau 221.563.479—pada awal 2024. Generasi Z, yang berusia antara 12 dan 27 tahun dan lahir dari tahun 1997 hingga 2012, adalah kelompok usia yang paling banyak terhubung ke internet. Ini adalah hasil dari "Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024" yang dirilis baru-baru ini oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (kompas.com, 2024). Menurut survei APJII, Gen Z memberikan kontribusi terbesar, dengan

34,4 persen dari total kelompok usia yang disurvei pada awal tahun 2024. Gen X 18,9 persen dan millenial 30,62 persen masing-masing. Meskipun Gen Z dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang investasi dan keuangan melalui internet, banyak di antara mereka yang belum melakukan investasi secara langsung. Ini dapat disebabkan oleh ketidakpastian atau ketakutan mereka terhadap risiko investasi, yang menunjukkan bahwa meskipun informasi tersedia, faktor psikologis seperti ketakutan terhadap risiko atau kurangnya pengetahuan keuangan yang lebih mendalam dapat memengaruhi keputusan mereka.

Dengan demikian, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan pandangan baru tentang hubungan antar variabel dan dampaknya terhadap perilaku investasi Generasi Z di Denpasar. Selain itu, temuan penelitian ini juga agar dapat mendukung pemangku kepentingan dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif bagi generasi muda.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Evolusi dari *theory of reasoned action (TRA)* yaitu *Theory of Planned Behaviour (TPB)* dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985. Dalam theory of reasoned action, dua faktor mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku: sikap atau sikap dan subjective norm atau norma subjektif. Dalam teori perilaku, tiga faktor mempengaruhi perilaku seseorang yaitu sikap , norma subjektif dan kontrol perilaku.

Sikap Terhadap Perilaku

(F. Ajzen, 2005) disebutkan bahwa sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh keyakinan yang dimiliki tentang akibat dari perilaku tertentu, yang juga dikenal sebagai keyakinan perilaku. Keyakinan ini merujuk pada persepsi subjektif individu terhadap diri mereka, dunia di sekitar mereka, serta lingkungan tempat mereka berada.. Kepercayaan muncul ketika seseorang mengaitkan suatu perilaku yang diprediksi dengan potensi manfaat atau kerugian yang mungkin timbul jika perilaku tersebut dilakukan atau dihindari. Menurut Hoyer dan Mac Inis, sikap merupakan cara individu mengevaluasi dan membandingkan suatu hal dengan alternatif lain yang ada, berdasarkan pemikiran (kognitif), keyakinan (nilai), serta perasaan (afeksi).

Norma Subjektif

Fishbein dan Ajzen menyatakan bahwa norma subjektif mengacu pada persepsi individu terhadap pandangan mayoritas orang di sekitarnya mengenai apakah mereka mendukung atau tidak suatu perilaku untuk dilakukan. Setiap kali seseorang menunjukkan perilaku tertentu yang dianggap normal oleh kelompok referensi, mereka akan mengalami tekanan sosial yang mendorong mereka untuk mengulangi perilaku tersebut, atau sebaliknya, Lim et al. (2022). Norma subjektif dianggap sebagai tekanan sosial yang memengaruhi keputusan konsumen, menurut Alam et al. (2011) dalam Hanafiah & Hamdan (2020).

Kontrol Perilaku yang dipersepsikan

Ajzen menjelaskan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah bagaimana seseorang menilai kemampuannya untuk melakukan suatu perilaku, yang didasarkan pada persepsinya mengenai sejauh mana perilaku tersebut mudah atau sulit untuk dilakukan. (I. Ajzen, 1991). Ini berkaitan dengan seberapa mudah atau sulit bagi seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Intinya, ini tentang seberapa besar kontrol seseorang miliki atas tindakan mereka. Misalnya, seseorang mungkin menyukai olahraga dan merasa didukung secara sosial. Namun, jika mereka merasa bahwa hal-hal seperti jadwal yang padat atau kurangnya akses ke gym membuatnya terlalu sulit untuk berolahraga secara teratur, mereka mungkin merasakan perilaku kontrol yang rendah. Menurut (Nivetha et al., 2020) penting untuk diingat bahwa Kontrol perilaku yang dipersepsikan berbeda dari kontrol yang sebenarnya. Kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah persepsi subjektif yang dapat dipengaruhi oleh banyak hal, seperti pengalaman sebelumnya, kemampuan diri, sumber daya, dan peluang yang dirasakan. (I. Ajzen, 1991) Ia mengungkapkan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan sejalan dengan konsep Bandura tentang self-efficacy, yaitu penilaian individu terhadap sejauh mana kemampuan untuk bertindak sesuai dengan keadaan. Pandangan individu terhadap suatu perilaku mencakup keyakinan tentang perilaku tersebut, penilaian terhadap hasil yang diharapkan, norma subjektif, keyakinan normatif, serta dorongan untuk mematuhi.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan pada generasi Z yang tinggal di Kota Denpasar, Provinsi Bali. Kota ini dipilih karena merupakan pusat perekonomian Bali yang menawarkan fasilitas lengkap dan mendukung

berbagai aktivitas masyarakat, termasuk dalam hal perilaku investasi. Lingkungan ini memberikan peluang bagi generasi Z di Denpasar untuk menunjukkan perilaku investasi yang bervariasi, mulai dari yang konservatif hingga agresif.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh individu dari generasi Z yang tinggal di Kota Denpasar. Generasi Z didefinisikan sebagai kelompok masyarakat yang lahir pada periode tertentu, sesuai kriteria penelitian. Populasi tersebut diasumsikan sebagai populasi tak terbatas (Kuantitatif, 2020). Berdasarkan total indikator penelitian, jumlah sampel ditentukan sebanyak 180 responden. Penentuan jumlah ini didasarkan pada rekomendasi (Hair Jr et al., 2020). Jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah antara 5 sampai 10 kali sesuai dengan jumlah indikator dalam penelitian. Dalam penelitian ini, Penggunaan pengambilan sampel purposive dalam penelitian ini adalah responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu:

- a) Tersusun dalam kelompok usia generasi Z.
- b) Berdomisili di Kota Denpasar.
- c) Memiliki pemahaman terkait perilaku investasi.

Untuk melihat bagaimana variabel-variabel yang diteliti berinteraksi satu sama lain, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Data awal dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarluaskan melalui Google Form.

Penelitian ini melibatkan lima variabel utama, yaitu *love of money* (X1), literasi keuangan (X2), akses *financial technology* (X3), perilaku investasi (Y), dan *risk aversion* sebagai variabel moderasi (Z). Untuk menganalisis data, model equation struktural (SEM) berbasis PLS digunakan. Perangkat lunak SmartPLS digunakan untuk melakukan penelitian ini. Metode ini dipilih karena sesuai untuk menganalisis hubungan antarvariabel yang kompleks, termasuk pengaruh langsung maupun tidak langsung.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Denpasar dengan jumlah responden sebanyak 180 orang yang merupakan generasi Z. Responden tersebar di berbagai wilayah di Denpasar, dan Data diperoleh melalui kuesioner online yang disebarluaskan menggunakan Google Form. Instrumen kuesioner mencakup 18 pertanyaan, yang terdiri dari:

- a) 4 pertanyaan untuk variabel *love of money* (X1),
- b) 4 pertanyaan untuk variabel literasi keuangan (X2),
- c) 4 pertanyaan untuk variabel akses *financial technology* (X3),
- d) 3 pertanyaan untuk variabel moderasi *risk aversion* (Z), dan
- e) 3 pertanyaan untuk variabel perilaku investasi (Y).

Pengumpulan data menggunakan Skala Likert yang digunakan memiliki lima tingkatan penilaian, yaitu 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Hasil kuesioner kemudian ditabulasi dan diolah menggunakan perangkat lunak Smart PLS versi 3. Uji coba awal dilakukan terhadap 30 sampel untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, sehingga instrumen layak digunakan untuk pengumpulan data utama. Selanjutnya, analisis penuh dilakukan pada 180 sampel, sesuai jumlah responden yang telah ditentukan.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa seluruh variabel independen (*love of money* dan literasi keuangan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku investasi (Y), sementara akses *financial technology* (*fintech*) tidak menunjukkan pengaruh signifikan. *Risk aversion* (Z) berperan sebagai variabel pemoderasi yang memperlemah pengaruh *love of money* terhadap perilaku investasi secara signifikan. Di sisi lain, *risk aversion* memperkuat pengaruh literasi keuangan dan akses *financial technology* terhadap perilaku investasi, namun tidak secara signifikan. Model penelitian yang diuji menggunakan SEM-PLS menunjukkan nilai *Goodness of Fit* yang memadai, sehingga model ini dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

Pembahasan hasil menunjukkan bahwa generasi Z di Kota Denpasar memiliki kecenderungan perilaku investasi yang dipengaruhi oleh pemahaman finansial, akses terhadap *financial technology*, serta persepsi mereka terhadap risiko. Faktor *love of money* juga memainkan peran penting, di mana generasi Z dengan tingkat apresiasi tinggi terhadap uang cenderung lebih berani mengambil keputusan investasi, terutama ketika risiko dapat diminimalkan melalui literasi keuangan yang baik.

Hasil ini memberikan kontribusi penting terhadap penelitian terkait perilaku investasi, khususnya di kalangan generasi Z, serta memberikan wawasan praktis bagi lembaga keuangan dalam merancang program literasi keuangan dan layanan *financial technology* yang lebih efektif.

Pembahasan

Tabel 2
Hasil Pengujian Hipotesis

	Koefisien Jalur	t-statistic	p-value	Kesimpulan
<i>Love of Money</i> -> Perilaku Investasi	0.293	3.114	0.002	Diterima
Literasi Keuangan -> Perilaku Investasi	0.373	2.923	0.004	Diterima
Akses <i>Financial technology</i> -> Perilaku Investasi	-0.004	0.034	0.973	Ditolak
<i>Love of Money</i> -> <i>Risk aversion</i> -> Perilaku Investasi	-0.287	2.031	0.043	Diterima
Literasi Keuangan -> <i>Risk aversion</i> -> Perilaku Investasi	0.182	1.513	0.131	Ditolak
Akses <i>Financial technology</i> -> <i>Risk aversion</i> -> Perilaku Investasi	0.226	1.574	0.116	Ditolak

Sumber: data diolah, 2024

Pengaruh *Love of Money* Terhadap Perilaku Investasi

Hasil pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa *love of money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi. Hal ini terbukti dengan angka koefisien jalur 0.293, t-statistic sebesar 3,114 yang melebihi batas 1,96, serta p-value sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis yang menguji pengaruh *love of money* terhadap perilaku investasi dapat diterima

Hasil perhitungan frekuensi tanggapan responden terhadap pernyataan dalam kuesioner menunjukkan bahwa pada variabel *love of money*, indikator pertama (X1.1), yaitu "Saya percaya memiliki banyak uang dari investasi dapat memberikan kemakmuran di masa depan," memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,416.

Sebaliknya, indikator kedua (X1.2), dengan pernyataan "Uang menjadi motivasi utama saya untuk berinvestasi demi mencapai tujuan finansial," memiliki nilai rata-rata lebih rendah, yaitu 4,383. Hasil ini menunjukkan bahwa pandangan responden mengenai uang sebagai sumber kemakmuran melalui investasi lebih dominan dibandingkan motivasi uang sebagai alat untuk mencapai tujuan finansial.

Dalam *Theory of Planned Behavior*, sikap individu terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh nilai dan keyakinan yang dimilikinya. Dalam konteks ini, *love of money* dapat mendorong individu untuk memiliki sikap positif terhadap investasi, karena uang dianggap sebagai cara untuk mencapai tujuan tertentu, seperti kemakmuran finansial.

Penelitian sebelumnya oleh Rudy et al. (2020) menemukan bahwa *love of money* memotivasi individu untuk mencari peluang investasi yang dapat meningkatkan aset mereka. Hasil serupa juga ditemukan dalam studi Fransiska (2024), yang menyatakan bahwa *love of money* mendorong pengambilan keputusan investasi yang lebih aktif dan penuh keberanian. Hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya dengan menunjukkan bahwa nilai dan motivasi terhadap uang dapat memengaruhi perilaku investasi, terutama dalam mendorong keputusan yang lebih optimis dan berorientasi pada masa depan.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Investasi

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku investasi. Hal ini dibuktikan dengan angka koefisien jalur 0,373, t-statistic sebesar 2,923, yang melebihi batas 1,96, serta p-value sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi dapat diterima. Individu dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih memahami risiko dan peluang investasi, sehingga lebih percaya diri dalam membuat keputusan strategis.

Pada variabel literasi keuangan, hasil analisis tanggapan responden menunjukkan bahwa indikator ketiga (X2.3), yaitu "Saya merasa penting untuk memiliki asuransi untuk mengurangi risiko finansial di masa depan," memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,4. Sementara itu, indikator kedua (X2.2), dengan pernyataan "Saya mengetahui dengan baik bagaimana proses melakukan simpan-meminjam di bank," memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,188. Hal ini mengindikasikan bahwa responden lebih menyadari pentingnya asuransi dalam mengelola risiko finansial dibandingkan pemahaman mereka terhadap proses simpan-meminjam di bank.

Dalam *Theory of Planned Behavior*, literasi keuangan dapat meningkatkan kontrol perilaku yang dipersepsi, yang pada akhirnya mendorong perilaku investasi yang lebih baik. Literasi keuangan memberikan pengetahuan dan kepercayaan diri kepada individu untuk mengelola investasi secara efektif. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Buderini & Gama (L Buderini, A W S Gama, 2023), yang berpendapat bahwa keputusan investasi mahasiswa sangat dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan mereka. Selain itu, Nirmala et al. (Nirmala et al., 2022) mengungkapkan bahwa literasi keuangan membantu generasi muda dalam mengelola investasi mereka dengan lebih baik, sehingga memperkuat hasil penelitian ini.

Pengaruh Akses *Financial Technology* Terhadap Perilaku Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akses *financial technology* berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku investasi. Hipotesis yang menyatakan bahwa akses *financial technology* berdampak negatif dan signifikan terhadap perilaku investasi ditolak, dengan angka koefisien jalur -0,004, t-statistic 0,034, yang lebih rendah dari 1,96, dan p-value 0,973, yang lebih tinggi dari 0,05.

Selanjutnya, pada variabel Akses *Financial Technology*, hasil perhitungan frekuensi tanggapan responden menunjukkan bahwa indikator kedua, dengan pernyataan X3.2 "Aplikasi *financial technology* yang saya gunakan sangat inovatif dan memudahkan saya dalam melakukan transaksi keuangan", memperoleh nilai tertinggi dengan rata-rata sebesar 4,416. Sementara itu, indikator keempat, X3.4, dengan pernyataan "Saya merasa bahwa aplikasi *financial technology* membantu saya dalam membuat keputusan keuangan yang lebih baik", memperoleh hasil terendah dengan rata-rata sebesar 4,25.

Hasil ini mengindikasikan bahwa responden lebih menghargai kemudahan dan inovasi yang ditawarkan oleh aplikasi fintech dibandingkan perannya dalam membantu pengambilan keputusan keuangan. Hasil ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses terhadap *financial technology* (*fintech*) tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan perilaku investasi. Meskipun *financial technology* (*fintech*) menyediakan sarana dan informasi investasi, pengguna mungkin kurang memanfaatkannya atau merasa kewalahan dengan banyaknya opsi yang tersedia. Hal ini mendukung klaim Hidayatullah (Hidayatullah, 2021) bahwa tanpa literasi keuangan yang memadai, akses teknologi saja tidak cukup untuk memengaruhi perilaku investasi.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun fintech mempermudah akses, perilaku investasi tidak selalu meningkat. Pengguna mungkin merasa kewalahan dengan banyaknya pilihan yang ada. Hal ini mendukung klaim Hidayatullah (Hidayatullah, 2021) bahwa tanpa literasi keuangan yang baik, akses teknologi saja tidak cukup memengaruhi perilaku investasi.

Beberapa responden juga mengungkapkan kesulitan dalam mengakses layanan fintech, seperti pinjaman dan investasi, yang bisa disebabkan oleh keterbatasan infrastruktur atau kurangnya pengetahuan teknis. Selain itu, ketidakpuasan terhadap fitur aplikasi dan kekhawatiran tentang keamanan data menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap aplikasi *financial technology* masih rendah, yang memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan fitur investasi.

Pengaruh *Love of Money* terhadap Perilaku Investasi dengan *Risk Aversion* sebagai Variabel Pemoderasi

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dengan angka koefisien jalur -0,287, t-statistic sebesar 2,031 (lebih besar dari 1,96) dan nilai p-value sebesar 0,043 (lebih kecil dari 0,05), hipotesis ini dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa, meskipun *love of money* mendorong orang untuk berinvestasi, tingkat *risk aversion* dapat memperlemah pengaruh tersebut, sehingga orang lebih cenderung memilih investasi yang aman daripada yang berisiko tinggi.

Dengan kata lain, meskipun keinginan untuk memperoleh kekayaan (*love of money*) dapat mendorong individu untuk berinvestasi, tingkat ketakutan terhadap risiko (*risk aversion*) yang tinggi membuat mereka lebih berhati-hati dalam memilih jenis investasi. Individu dengan tingkat *risk aversion* yang tinggi cenderung menghindari potensi kerugian daripada mengejar keuntungan besar, sehingga mereka lebih memilih instrumen investasi yang dianggap aman.

Sebagai contoh, seseorang yang sangat menyukai uang mungkin tertarik untuk berinvestasi pada saham yang memiliki potensi keuntungan besar, seperti saham teknologi atau startup. Namun, karena volatilitasnya tinggi dan potensi kerugiannya yang besar, orang tersebut cenderung menghindari investasi jenis ini jika dia memiliki *risk aversion* yang tinggi. Sebaliknya, dia mungkin lebih suka deposito atau obligasi pemerintah yang dianggap lebih aman, meskipun hasilnya tidak menguntungkan.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Investasi dengan *Risk Aversion* sebagai Variabel Pemoderasi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *risk aversion* memperkuat, namun tidak signifikan, memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi, dengan angka koefisien jalur 0,182, t-statistic sebesar 1,513 (kurang dari 1,96) dan p-value sebesar 0,131 (lebih besar dari 0,05). Hipotesis ini ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mengerti akan risiko dan peluang investasi, dan *risk aversion* yang dimiliki dapat memperkuat kecenderungan ini. *Risk aversion* membantu individu menggunakan literasi keuangan mereka dengan lebih bijaksana dalam memilih investasi yang sesuai dengan toleransi risiko mereka.

Meskipun demikian, meskipun arah hubungan menunjukkan pengaruh positif, penguatan yang terjadi tidak cukup signifikan untuk menyatakan pengaruhnya konsisten di populasi yang lebih luas. Responden dengan tingkat *risk aversion* yang lebih tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola informasi keuangan mereka untuk pengambilan keputusan investasi. Namun, dampak penguatan yang dihasilkan tidak cukup signifikan secara statistik, sehingga pengaruh moderasi ini belum dapat diakui secara empiris. Oleh karena itu, meskipun *risk aversion* memiliki potensi sebagai moderator, hasil yang tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan perlunya lebih banyak pencarian untuk mendalamai kompleksitas hubungan tersebut.

Sebagai contoh, seorang investor yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik mungkin menyadari bahwa investasi di reksa dana saham memiliki potensi keuntungan yang lebih besar daripada deposito. Namun, dia akan menggunakan pengetahuannya untuk memilih reksa dana dengan profil risiko yang lebih rendah, seperti pasar uang. Mereka memiliki perilaku investasi yang lebih strategis ketika mereka memiliki pengetahuan keuangan, yang membantu mereka memilih instrumen yang sesuai dengan toleransi risiko mereka.

Pengaruh Akses *Financial Technology* Terhadap Perilaku Investasi dengan *Risk Aversion* sebagai Variabel Pemoderasi

Hasil uji menunjukkan bahwa *risk aversion* memperkuat namun tidak signifikan memoderasi hubungan antara akses *financial technology* dan perilaku investasi, dengan koefisien jalur 0,226, t-statistic 1,574 (kurang dari 1,96) dan p-value 0,116 (lebih besar dari 0,05). Oleh karena itu, hipotesis ini ditolak.

Meski akses terhadap *financial technology* memudahkan, hal tersebut tidak cukup untuk mendorong

individu dengan tingkat *risk aversion* tinggi untuk berinvestasi. Mereka cenderung menghindari investasi meskipun terdapat banyak platform dan informasi investasi yang tersedia. Masalah ini juga diperburuk oleh rendahnya literasi keuangan, yang membuat banyak individu tidak dapat memanfaatkan informasi atau fasilitas dengan efektif.

Untuk mendorong partisipasi investasi, peningkatan akses *financial technology* perlu disertai dengan edukasi literasi keuangan dan menawarkan investasi yang lebih aman agar individu dengan *risk aversion* tinggi dapat lebih terlibat.

Sebagai contoh, seseorang yang berinvestasi melalui aplikasi fintech mungkin memiliki banyak pilihan, seperti saham, reksa dana, atau cryptocurrency. Namun, jika orang tersebut memiliki aversion terhadap risiko yang tinggi, mereka mungkin ingin menggunakan fitur aplikasi seperti simulasi risiko atau analisis portofolio untuk memastikan keamanannya sebelum membuat keputusan.

SIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

- a. *Love of Money* berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku investasi sehingga H1 terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa semakin besar tingkat *love of money*, semakin besar motivasi mereka untuk berinvestasi demi mendapatkan keuntungan. Nilai-nilai dan keyakinan terhadap uang, sebagaimana dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior*, memengaruhi sikap individu terhadap investasi, sehingga menciptakan perilaku investasi yang lebih proaktif dan berani.
- b. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi sehingga H2 terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki seseorang, semakin baik kemampuan mereka dalam memahami risiko dan peluang investasi serta membuat keputusan yang strategis. Literasi keuangan meningkatkan kontrol perilaku yang dipersepsikan, yang pada gilirannya memperbaiki perilaku investasi.
- c. Akses *financial technology* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku investasi sehingga H3 tidak terbukti kebenarannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun *financial technology* menyediakan akses mudah terhadap sarana dan informasi investasi, hal ini tidak cukup memengaruhi perilaku investasi tanpa adanya literasi keuangan yang memadai atau pemahaman yang baik terhadap opsi yang tersedia.
- d. *Risk aversion* memperlemah pengaruh *love of money* terhadap perilaku investasi sehingga H4 terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun *love of money* mendorong individu untuk berinvestasi, tingkat *risk aversion* yang tinggi membatasi kecenderungan tersebut. Individu cenderung memilih instrumen investasi yang aman dan sesuai dengan toleransi risikonya.
- e. *Risk aversion* memperkuat tetapi tidak signifikan memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi sehingga H5 tidak terbukti kebenarannya. Hasil ini mengungkapkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang cukup tinggi memiliki kecenderungan untuk lebih memahami risiko dan peluang investasi, dan *risk aversion* yang dimiliki dapat memperkuat kecenderungan ini. *Risk aversion* membantu individu menggunakan literasi keuangan mereka secara lebih bijaksana dalam memilih investasi yang sesuai dengan toleransi risiko mereka. Namun, pengaruh moderasi ini tidak cukup signifikan secara statistik, sehingga dampak penguatan yang dihasilkan belum dapat diakui secara empiris dalam penelitian ini.
- f. *Risk aversion* memperkuat tetapi tidak signifikan memoderasi pengaruh akses *financial technology* terhadap perilaku investasi sehingga H6 tidak terbukti kebenarannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses *financial technology* saja tidak cukup memotivasi individu dengan *risk aversion* tinggi untuk berinvestasi secara aktif, meskipun teknologi tersebut memberikan banyak kemudahan dan informasi.

Berdasarkan temuan penelitian yang dijelaskan, beberapa rekomendasi dapat dibuat tentang penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk Generasi Z, diharapkan mereka dapat meningkatkan keinginan mereka untuk berinvestasi dengan memanfaatkan nilai-nilai *love of money* secara positif dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang keuangan. *Love of money* yang dikelola dengan baik dapat menjadi pendorong untuk memulai investasi yang strategis dan produktif. Salah satu cara untuk meningkatkan pemahaman Anda tentang keuangan adalah:

1. Mengikuti kursus atau pelatihan manajemen keuangan dan investasi. Baca artikel dan berita tentang investasi dan pasar keuangan terbaru.
2. Untuk meningkatkan pemahaman tentang instrumen investasi, gunakan aplikasi edukasi keuangan. Generasi Z, yang memiliki motivasi yang kuat dan pengetahuan keuangan yang luas, akan mampu menghasilkan keputusan dalam berinvestasi yang lebih baik rasional dan memahami risiko investasi dengan menjadi lebih baik.
- b. Bagi Penelitian selanjutnya, diharapkan bahwa penelitian yang akan datang dapat memperluas cakupan studi melalui langkah-langkah berikut:
 1. Untuk Mendapatkan Hasil yang Lebih Generalisasi, tambah sampel penelitian dengan lebih banyak responden dari berbagai demografi atau wilayah.
 2. Menggunakan Variabel Baru yaitu Faktor seperti pendapatan, kondisi mental, atau kepercayaan terhadap institusi keuangan dapat memengaruhi perilaku investasi. Pernyataan ini dapat menambah kekayaan literatur dan memberikan pembelajaran yang lebih mendalam tentang variabel yang memengaruhi perilaku investasi.
 3. Menggali Peran *Financial Technology* Lebih Dalam, meskipun akses *financial technology* tidak signifikan dalam penelitian ini, penelitian lanjutan dapat menyelidiki bagaimana pengalaman pengguna atau edukasi *financial technology* dapat memengaruhi perilaku investasi, terutama pada orang yang sangat takut risiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, M., Singh, Y., & Ansari, M. S. (2022). How financial literacy moderate the association between behaviour biases and investment decision? *Asian Journal of Accounting Research*, 7(1), 17–30. <https://doi.org/10.1108/AJAR-09-2020-0086>
- Ajzen, F. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- BeresfordResearch. (2023). *Generations defined by name, birth year, and ages in 2023*.
- Cupák, A., Kolev, G. I., & Brokešová, Z. (2019). Financial literacy and voluntary savings for retirement: novel causal evidence. *European Journal of Finance*, 25(16), 1606–1625. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2019.1641123>
- Databoks. (2022). *Survei: Pecandu Internet Terbanyak dari Kalangan Gen Z*.
- Fransiska, H. (2024). Pengaruh Financial Awareness Dan Love Of Money Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z. 3(1), 1–17.
- Hair Jr, J. F., Anderson, R., Mehta, R., & Babin, B. (2020). *Sales force management*. John Wiley & Sons.
- Hanafiah, M. H., & Hamdan, N. A. A. (2020). Determinants of Muslim travellers Halal food consumption attitude and behavioural intentions. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1197–1218. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0195>
- Hidayatullah, B. A. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)*. 50–130.
- Kartini, K., Fitri, F., Rabiyah, U., & Anggraeni, D. (2020). Analysis of the Financial Literacy Behavior Model. *Golden Ratio of Finance Management*, 1(2), 114–122. <https://doi.org/10.52970/grfm.v1i2.69>
- Kuantitatif, P. P. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta*, Bandung.
- L Buderini, A W S Gama, N. P. Y. A. (2023). *Luh Buderini*, 2023. 15(1), 90–101.
- Lim, Y. H., Lada, S., Ullah, R., & Abdul Adis, A. A. (2022). Non-Muslim consumers' intention to purchase halal food products in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 586–607. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0172>
- Natasya, N., Kusumastuti, D. H., Alifia, W., & Leon, F. M. (2022). The Effect Between Behavioral Biases and Investment Decisions Moderated by Financial Literacy on the Millennial Generation in Jakarta. *The Accounting Journal of Binaniaga*, 7(1), 113–126. <https://doi.org/10.33062/ajb.v7i1.502>
- Nirmala, Muntahanah, S., & Achadi, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan: Studi Empiris Mahasiswa Feb Universitas Wijayakusuma Purwokerto. *Jurnal MONEX*, 01(11), 1–9.

Pengaruh *Love Of Money*, Literasi Keuangan dan Akses *Financial Technology* terhadap Perilaku Investasi Gen-Z di Kota Denpasar yang Dimoderasi Oleh *Risk Aversion*

- Nivetha, T., Uma, K., & Olive, P. F. (2020). A Study on Consumer Purchasing Behavior towards Herbal Products using Theory of Planned Behavior (TPB). *International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences*, 9(8), 3290–3296. <https://doi.org/10.20546/ijcmas.2020.908.376>
- Permatasari, Y., & Anis Surayya, Z. (2019). S1 accounting extension students: love of money, gender, ethical perception, and religiosity. *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*, 26(1–2), 150–159. <https://doi.org/10.1080/16081625.2019.1546972>
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi. *Akuntabilitas*, 14(2), 253–268. <https://doi.org/10.29259/ja.v14i2.11480>
- Riepe, J., Rudeloff, M., & Veer, T. (2022). Financial literacy and entrepreneurial risk aversion. *Journal of Small Business Management*, 60(2), 289–308. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1709380>
- Rudy, R., Sunardi, N., & Kartono, K. (2020). Pengetahuan Keuangan dan Love Of Money pengaruhnya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan dampaknya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.32493/skt.v4i1.6335>
- Setyaningsih, T., Murti, N. W., & Nugrahaningsih, P. (2019). Fintech Based Peer to Peer Lending: An Opportunity or a Threat? *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(3), 122–133. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v4i3.8577>