

Pengaruh Literasi Keuangan, Reputasi Perusahaan Dan Overconfidence Terhadap Minat Investasi Generasi Z Di Dki Jakarta

Nur Intan Ramadhini¹, Riska Rosdiana²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

Article Info	ABSTRAK
Article history: Received September 12, 2026 Revised September 12, 2026 Accepted September 14, 2026 Kata Kunci: Literasi Keuangan, Reputasi Perusahaan, Overconfidence, Minat Investasi, Generasi Z Keywords: <i>Financial Literacy, Corporate Reputation, Overconfidence, Investment Intention, Generation Z</i>	Peningkatan akses investasi digital memperluas partisipasi generasi Z, namun minat investasi tetap dipengaruhi oleh kemampuan memahami keuangan, penilaian terhadap reputasi perusahaan, dan faktor psikologis berupa overconfidence. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, reputasi perusahaan, dan overconfidence terhadap minat investasi generasi Z di DKI Jakarta. Penelitian menggunakan desain kuantitatif kausal dengan purposive sampling. Ukuran sampel minimum ditentukan menggunakan G*Power dan diperoleh 119 responden, sedangkan data yang dianalisis berasal dari 130 responden. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert, kemudian dianalisis dengan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil model pengukuran menunjukkan seluruh indikator valid dan reliabel, dengan outer loading 0,849–0,923, AVE 0,770–0,808, composite reliability 0,944–0,955, dan Cronbach's alpha 0,926–0,941. Model struktural menghasilkan R-Square 0,653 dan Q-Square 0,496. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi (0,415; $t=7,493$; $p<0,001$), reputasi perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan (0,326; $t=5,704$; $p<0,001$), serta overconfidence berpengaruh positif dan signifikan (0,365; $t=7,022$; $p<0,001$). Literasi keuangan menjadi variabel dengan pengaruh terbesar, sehingga peningkatan minat investasi generasi Z perlu didukung oleh literasi keuangan, reputasi perusahaan yang terpercaya, dan pengelolaan kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan investasi.
	ABSTRACT <i>Increased access to digital investment has broadened Gen Z participation; however, investment interest remains influenced by financial understanding, perceptions of corporate reputation, and psychological factors such as overconfidence. This study aims to analyze the impact of financial literacy, corporate reputation, and overconfidence on the investment interest of Gen Z in DKI Jakarta. A quantitative causal research design with purposive sampling was employed. The minimum sample size was determined using G*Power, resulting in a requirement of 119 respondents, while the data analyzed came from 130 respondents. Primary data were collected via Likert-scale questionnaires and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4 software. Measurement model results indicated that all indicators were valid and reliable, with outer loadings of 0.849–0.923, AVE of 0.770–0.808, Composite Reliability of 0.944–0.955, and Cronbach's alpha of 0.926–0.941. The structural model yielded an R-Square of 0.653 and a Q-Square of 0.496. Financial literacy had a positive</i>

and significant effect on investment interest (0.415; $t=7.493$; $p<0.001$); corporate reputation also had a positive and significant effect (0.326; $t=5.704$; $p<0.001$), as did overconfidence (0.365; $t=7.022$; $p<0.001$). Financial literacy emerged as the variable with the greatest influence; therefore, boosting Gen Z's investment interest requires support through financial literacy, a trustworthy corporate reputation, and the management of confidence levels during investment decision-making..

This is an open access article under the [CC BY](#) license



Corresponding Author:

Nur Intan Ramadhini
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
Jakarta, Indonesia
Email: intanrama888@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Investasi dapat dipahami sebagai aktivitas penempatan sejumlah modal pada satu atau beberapa instrumen aset dalam periode tertentu dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik dalam bentuk pendapatan maupun peningkatan nilai aset pada masa mendatang [1]. Kemajuan teknologi digital serta semakin mudahnya akses terhadap informasi turut memperluas kesempatan bagi generasi muda untuk berpartisipasi dalam aktivitas investasi. Berdasarkan data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia yang digunakan dalam penelitian ini, jumlah investor pasar modal di Indonesia pada tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 13,76% dibandingkan tahun sebelumnya. Dari keseluruhan investor tersebut, kelompok usia di bawah 30 tahun mendominasi dengan proporsi 55,07% dan nilai aset mencapai Rp50,75 triliun. Data tersebut menunjukkan bahwa generasi Z memiliki peran yang cukup signifikan dalam mendorong perkembangan pasar modal di Indonesia.

Generasi Z dikenal dengan kelompok kelahiran 1997–2012 yang sangat dekat dengan teknologi, berani mengambil risiko, dan banyak berkomunikasi secara digital [2]. Di sisi lain, literasi keuangan menjadi kendala penting dalam pengelolaan keuangan dan investasi. Data dalam penelitian menunjukkan indeks literasi keuangan nasional pada Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019 sebesar 38,03%, sedangkan inklusi keuangan sebesar 76,19%. Rendahnya pemahaman keuangan membuat generasi muda rentan pada keputusan finansial yang kurang tepat [3], sementara karakteristik generasi Z yang mahir menggunakan teknologi belum selalu diikuti kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai [4]. Hasil penelitian terdahulu juga belum konsisten. Literasi keuangan dilaporkan berpengaruh terhadap minat investasi [5], tetapi penelitian lain menemukan literasi keuangan tidak berpengaruh secara parsial [6] maupun tidak berpengaruh terhadap minat investasi generasi Z [7].

Selain literasi keuangan, reputasi perusahaan merupakan pertimbangan dalam keputusan investasi. Citra dan reputasi yang baik dapat memberikan sinyal positif bagi investor [8], sedangkan reputasi perusahaan terbentuk dari penilaian masyarakat terhadap tindakan dan kinerja perusahaan, termasuk kesehatan keuangan, kualitas manajemen, dan tanggung jawab sosial [9]. Pada lingkungan investasi digital, reputasi juga berkaitan dengan kepercayaan investor terhadap perusahaan dan daya tarik investasi [10]. Faktor psikologis turut berperan melalui overconfidence, yaitu keyakinan yang terlalu tinggi terhadap kemampuan dan pengetahuan diri dalam menentukan berinvestasi [11]. Kondisi ini dapat meningkatkan keberanian untuk berinvestasi, namun juga dapat menimbulkan kecenderungan menilai kemampuan sendiri secara berlebihan.

Pemilihan variabel literasi keuangan, reputasi perusahaan, dan overconfidence dalam penelitian ini didasarkan pada pengembangan penelitian sebelumnya serta kecenderungan generasi Z yang

konsumtif, mengalami fear of missing out, dan mendominasi jumlah investor di Indonesia. DKI Jakarta dipilih karena merupakan pusat bisnis dan investasi dengan populasi generasi Z yang besar. Kesenjangan hasil penelitian terdahulu, terutama pada pengaruh literasi keuangan, serta keterbatasan kajian yang secara bersamaan menguji reputasi perusahaan dan overconfidence terhadap minat investasi generasi Z menjadi dasar penelitian. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh literasi keuangan, reputasi perusahaan, dan overconfidence terhadap minat investasi generasi Z di DKI Jakarta.

2. METODE

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di DKI Jakarta selama periode Mei 2025 hingga Juli 2026. Desain yang diterapkan adalah penelitian kausal yang bertujuan mengidentifikasi serta menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat [12]. Variabel bebas dalam penelitian meliputi Literasi Keuangan (X1), Reputasi Perusahaan (X2), dan Overconfidence (X3), sementara Minat Investasi (Y) ditetapkan sebagai variabel terikat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan pengukuran setiap indikator variabel melalui skala Likert lima poin.

2.2 Populasi dan Sampel

Generasi Z di DKI Jakarta yang berdasarkan data Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Jakarta 2025 berjumlah 2.791.205 jiwa. Sampel ditentukan dengan purposive sampling karena responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu [13]. Ukuran sampel minimum dihitung menggunakan G*Power melalui uji F pada regresi linear berganda dengan tiga prediktor, effect size 0,15, tingkat signifikansi 0,05, dan statistical power 0,95 [14]. Hasil perhitungan menghasilkan kebutuhan minimum 119 responden, sedangkan penelitian menggunakan 130 responden generasi Z berusia 18–29 tahun, berminat untuk berinvestasi, berdomisili di DKI Jakarta, dan memiliki penghasilan.

2.3 Pengumpulan Data dan Operasional Variabel

Di data melalui kuesioner Google Form yang dibagi secara daring melalui media sosial. Kuesioner digunakan karena efisien untuk jumlah responden yang banyak dan tersebar luas [13]. Tanggapan responden dinilai dengan skala Likert. Operasional variabel penelitian diringkas pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Literasi Keuangan (X1)	Pengetahuan umum keuangan pribadi; asuransi; tabungan dan pinjaman; investasi	Ordinal
Reputasi Perusahaan (X2)	Reliability; trustworthiness; responsibility	Ordinal
Overconfidence (X3)	Percaya pada kemampuan diri; pengetahuan; pengalaman yang dimiliki	Ordinal
Minat Investasi (Y)	Mencari tahu jenis investasi; meluangkan waktu mempelajari investasi; mencoba berinvestasi	Ordinal

2.4 Analisis Data

Analisis data terdiri atas analisis deskriptif dan Partial Least Squares Structural Equation Modeling menggunakan SmartPLS 4. PLS-SEM digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten dan indikator, serta dievaluasi melalui model pengukuran dan model struktural [15]. Pada model pengukuran, validitas konvergen dinilai melalui outer loading di atas 0,70 dan AVE di atas 0,50, sedangkan reliabilitas dinilai melalui composite reliability dan Cronbach's alpha di atas 0,70 [16]. Validitas diskriminan dievaluasi dengan cross loading, kriteria Fornell-Larcker, dan HTMT dengan ambang di bawah 0,85 [17]. Model struktural dinilai menggunakan R-Square [18], effect size f-Square

[19], Q-Square, VIF, dan pengujian hipotesis melalui bootstrapping. Hipotesis diterima apabila t-statistics lebih besar dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05 pada taraf signifikansi 5% [20].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden dan Deskripsi Variabel

Penelitian memperoleh 130 responden generasi Z di DKI Jakarta. Mayoritas responden berada pada usia 22–25 tahun sebanyak 58 orang (44,6%), berjenis kelamin wanita sebanyak 79 orang (60,8%), bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 86 orang (66,2%), dan memiliki penghasilan Rp5–10 juta per bulan sebanyak 81 orang (62,3%). Responden paling banyak berdomisili di Jakarta Selatan sebanyak 45 orang (34,6%) dan Jakarta Barat sebanyak 39 orang (30,0%). Instrumen investasi yang paling diminati adalah emas sebanyak 51 responden (39,2%) dan saham sebanyak 44 responden (33,8%). Ringkasan karakteristik dominan responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Ringkasan Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori Dominan	Frekuensi	Persentase
Usia	22–25 tahun	58	44,6%
Jenis kelamin	Wanita	79	60,8%
Pekerjaan	Pegawai swasta	86	66,2%
Penghasilan	Rp5–10 juta	81	62,3%
Domisili	Jakarta Selatan	45	34,6%
Instrumen diminati	Emas	51	39,2%

Pada Literasi Keuangan, mean tertinggi terdapat pada indikator pemahaman hubungan risiko dan imbal hasil investasi sebesar 3,438, sedangkan nilai terendah terdapat pada kebiasaan menyisihkan dana darurat dan memahami bunga utang sebesar 3,338. Pada Reputasi Perusahaan, mean tertinggi sebesar 3,423 terdapat pada legalitas OJK dan pentingnya reputasi baik perusahaan, sedangkan transparansi biaya dan pengelolaan dana memiliki mean terendah sebesar 3,285. Pada Overconfidence, mean tertinggi sebesar 3,415 menunjukkan keyakinan mampu mengelola investasi sendiri. Pada Minat Investasi, mean tertinggi sebesar 3,523 terdapat pada ketertarikan mengikuti kelas online atau seminar investasi. Secara keseluruhan, nilai mean keempat variabel berada pada kategori sedang.

3.2 Evaluasi Model Pengukuran

Hasil evaluasi outer model menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai outer loading lebih dari 0,70, dengan kisaran 0,849–0,923. Nilai Average Variance Extracted (AVE) pada seluruh konstruk berada pada rentang 0,770–0,808, sedangkan composite reliability berkisar antara 0,944–0,955 dan Cronbach's alpha antara 0,926–0,941. Berdasarkan hasil tersebut, seluruh indikator dinyatakan telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Ringkasan hasil pengujian outer model disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Ringkasan Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Variabel	Outer Loading	AVE	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan (X1)	0,862–0,923	0,808	0,955	0,941
Reputasi Perusahaan (X2)	0,849–0,896	0,770	0,944	0,926
Overconfidence (X3)	0,867–0,900	0,772	0,944	0,926
Minat Investasi (Y)	0,866–0,903	0,775	0,945	0,928

Validitas diskriminan juga terpenuhi. Setiap indikator memiliki loading tertinggi pada konstruksya sendiri. Nilai akar AVE masing-masing konstruk adalah 0,899 untuk Literasi Keuangan, 0,878 untuk Reputasi Perusahaan, 0,879 untuk Overconfidence, dan 0,881 untuk Minat Investasi, seluruhnya lebih besar daripada korelasi antarkonstruksi. Nilai HTMT berada pada rentang 0,241–0,681 dan seluruhnya berada di bawah 0,85, sehingga model pengukuran memenuhi kriteria validitas diskriminan secara konsisten.

3.3 Evaluasi Model Struktural dan Uji Hipotesis

Nilai R-Square Minat Investasi sebesar 0,653 dengan R-Square adjusted 0,644 menjelaskan jika Literasi Keuangan, Reputasi Perusahaan, dan Overconfidence secara bersama-sama mampu menjelaskan 65,3% variasi Minat Investasi, sedangkan 34,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai Q-Square sebesar 0,496 menunjukkan predictive relevance yang baik. Nilai VIF seluruh variabel berada pada 1,140–1,208 sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas. Effect size Literasi Keuangan sebesar 0,410 merupakan kontribusi terbesar, diikuti Overconfidence sebesar 0,336 dan Reputasi Perusahaan sebesar 0,269.

Tabel 4. Ringkasan Evaluasi Model Struktural

Indikator Model	Nilai	Interpretasi
R-Square Minat Investasi	0,653	Moderate mendekati kuat
R-Square Adjusted	0,644	Kemampuan penjelasan model
Q-Square Minat Investasi	0,496	Predictive relevance baik
VIF	1,140–1,208	Tidak terjadi multikolinearitas
f-Square X1; X2; X3	0,410; 0,269; 0,336	X1 terbesar; X2 dan X3 sedang

Pengujian hipotesis melalui bootstrapping menunjukkan seluruh jalur pengaruh bernilai positif dan signifikan. Literasi Keuangan memiliki koefisien 0,415 dengan t-statistics 7,493 dan p-value <0,001. Reputasi Perusahaan memiliki koefisien 0,326 dengan t-statistics 5,704 dan p-value <0,001. Overconfidence memiliki koefisien 0,365 dengan t-statistics 7,022 dan p-value <0,001. Seluruh interval kepercayaan bootstrap 95% tidak melewati nol, sehingga ketiga hubungan bersifat signifikan dan stabil secara statistik. Hasil lengkap disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Hubungan	Koefisien	t-statistics	p-value	CI 2,5%–97,5%	Keputusan
X1 → Y	0,415	7,493	<0,001	0,300–0,519	H1 diterima
X2 → Y	0,326	5,704	<0,001	0,218–0,440	H2 diterima
X3 → Y	0,365	7,022	<0,001	0,263–0,467	H3 diterima

3.4 Pembahasan

3.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi, dengan nilai koefisien sebesar 0,415, t-statistics 7,493, dan p-value <0,001. Temuan ini mendukung pandangan bahwa literasi keuangan mencerminkan tingkat pengetahuan dan kemampuan individu dalam mengelola aspek-aspek yang berkaitan dengan keuangan, yang selanjutnya dapat memengaruhi perilaku serta kesejahteraan seseorang [21]. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin baik pula kemampuan generasi Z dalam memahami instrumen investasi, mempertimbangkan risiko, dan menentukan keputusan investasi secara lebih rasional. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Widhiastuti dan Novianda [7] yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memengaruhi minat investasi generasi Z di wilayah Jabodetabek. Temuan ini juga

berbeda dengan Felita dan Herlina [22], yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan secara parsial. Perbedaan hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh variasi karakteristik responden, kondisi wilayah, serta konteks penelitian yang digunakan.

3.4.2 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Minat Investasi

Reputasi Perusahaan berdampak baik dan signifikan terhadap Minat Investasi dengan koefisien 0,326, t-statistics 5,704, dan p-value <0,001. Temuan ini mendukung pandangan bahwa reputasi perusahaan memengaruhi kepercayaan investor dan daya tarik investasi [10]. Bagi generasi Z di Jakarta yang banyak mengakses investasi melalui platform digital, legalitas resmi OJK, transparansi, dan reputasi baik menjadi pertimbangan dalam menilai keamanan perusahaan atau platform investasi. Temuan ini juga sejalan dengan penjelasan bahwa reputasi mendukung hubungan antara organisasi dengan pemangku kepentingan dan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan [23]. Secara praktis, perusahaan sekuritas dan platform investasi perlu menjaga transparansi, legalitas, pelayanan, keamanan transaksi, dan reputasi perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan generasi Z.

3.4.3 Pengaruh Overconfidence terhadap Minat Investasi

Overconfidence berdampak baik dan signifikan pada Minat Investasi dengan koefisien 0,365, t-statistics 7,022, dan p-value <0,001. Temuan ini konsisten dengan overconfidence sebagai keyakinan yang terlalu tinggi terhadap kemampuan dan batas pengetahuan sendiri [11]. Rasa percaya diri terhadap kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman pribadi dapat mendorong generasi Z semakin berani dan berminat berinvestasi. Namun, overconfidence dapat meningkatkan minat tanpa menjamin kualitas keputusan investasi. Sikap terlalu percaya diri berisiko mendorong keputusan yang terburu-buru tanpa analisis risiko yang memadai. Maka, peningkatan minat investasi perlu diimbangi literasi keuangan, verifikasi informasi, evaluasi risiko, dan pengambilan keputusan yang lebih terukur.

Secara keseluruhan, Literasi Keuangan, Reputasi Perusahaan, dan Overconfidence bersama-sama berkontribusi membentuk Minat Investasi generasi Z di Jakarta dengan R-Square 0,653. Literasi Keuangan memberikan pengaruh individual terbesar, diikuti Overconfidence dan Reputasi Perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan minat investasi generasi Z perlu didukung melalui penguatan pemahaman keuangan, kepercayaan terhadap perusahaan investasi yang legal dan bereputasi, serta edukasi untuk mengelola tingkat kepercayaan diri agar tidak berlebihan dalam pengambilan keputusan investasi.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z di DKI Jakarta, sehingga semakin baik pemahaman dan pengetahuan keuangan maka semakin tinggi minat berinvestasi. Reputasi Perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan; reputasi yang baik, terpercaya, transparan, serta memiliki legalitas resmi menjadi faktor penting yang meningkatkan minat investasi generasi Z di DKI Jakarta. Overconfidence berpengaruh positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan diri terhadap kemampuan mengambil keputusan investasi dapat meningkatkan minat berinvestasi, namun perlu diimbangi pengetahuan dan pemahaman risiko agar tidak menimbulkan keputusan yang kurang rasional. Generasi Z di DKI Jakarta perlu meningkatkan literasi keuangan dan lebih kritis menilai reputasi perusahaan, sedangkan regulator dan pelaku industri pasar modal perlu memperluas edukasi, menjaga transparansi, keamanan transaksi, dan kepatuhan terhadap regulasi.

REFERENSI

- [1] G. T. M. Putri and B. Santoso, "Sistem Investasi di Indonesia," TOMAN: Jurnal Topik Manajemen, vol. 1, no. 2, pp. 303–316, 2024.

- [2] A. G. Kyrousi, E. Tzoumaka, and S. Leivadi, "Business employability for late millennials: exploring the perceptions of generation Z students and generation X faculty," *Management Research Review*, vol. 45, no. 5, pp. 664–683, 2022.
- [3] R. Adhikari, "Understanding financial literacy evidence from Kolkata's Gen Z," *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, vol. 9, no. 6, pp. 887–894, 2024.
- [4] P. Wulansari, S. Agung J., and I. Muhammad, "Analisis Ketertarikan Gen Z di Indonesia Terhadap Investasi di Pasar Modal," *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2024.
- [5] I. Suhada and R. M. Maesarach, "Pengaruh literasi keuangan, motivasi, dan religiusitas Islam terhadap minat investasi Generasi Z pada reksadana syariah," *Taraadin: Jurnal Ekonomi*, 2024.
- [6] E. Citra and R. Pambudi, "Pengaruh literasi, motivasi, dan expected return terhadap minat berinvestasi Generasi Z di pasar modal pada mahasiswa UNIKA Atma Jaya Jakarta," *Prosiding Working Papers Series in Management*, 2022.
- [7] R. N. Widhiastuti and B. F. Novienda, "Pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan motivasi terhadap minat investasi generasi Z di Jabodetabek," *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, vol. 13, no. 1, pp. 84–93, 2024.
- [8] D. F. Anggraini and A. Andayani, "Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Risiko Bisnis, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, vol. 8, no. 6, 2019.
- [9] R. Leiva, I. Ferrero, and R. Celderon, "Corporate Reputation and Corporate Ethics: Looking Good or Doing Well," *SSRN Electronic Journal*, 2014.
- [10] W. L. Lin, "The role of corporate social responsibility and corporate social irresponsibility in shaping corporate reputation: An analysis of competitive action and innovation strategies," *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 31, no. 2, pp. 1451–1468, 2024.
- [11] R. A. Putri and I. Yuyun, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Pada Investor Saham Di Surabaya," *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 8, no. 1, pp. 197–209, 2020.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2020.
- [13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2019.
- [14] F. Faul, E. Erdfelder, A. G. Lang, and A. Buchner, "Statistical power analyses using GPower 3.1: Tests for correlation and regression analyses," *Behavior Research Methods*, vol. 41, no. 4, pp. 1149–1160, 2009.
- [15] J. F. Hair, J. J. Risher, M. Sarstedt, and C. M. Ringle, "When to use and how to report the results of PLS-SEM," *European Business Review*, vol. 31, no. 1, pp. 2–24, 2019.
- [16] W. Abdillah et al., *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta, Indonesia: ANDI, 2015.
- [17] J. Henseler, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, "A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling," *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 43, no. 1, pp. 115–135, 2015.
- [18] W. W. Chin, "The partial least squares approach to structural equation modeling," *Modern Methods for Business Research*, pp. 295–336, 1998.
- [19] J. Cohen, *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Routledge, 1988.
- [20] I. Ghozali and H. Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*, 2nd ed., 2015.
- [21] H. Ismanto, A. Widiastuti, H. Muharam, I. R. D. Pangestuti, and F. Rofiq, *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Deepublish, 2019.

- [22] A. H. Felita and H. Herlina, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Generasi Z di Pasar Modal Indonesia,” *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, vol. 8, no. 8, pp. 8834–8842, 2025.
- [23] S. Schlachter, S. Rolf, and T. M. Welbourne, “Dynamics of employee resource groups: Leader experiences driving mutual benefits for employees and employers,” *Compensation & Benefits Review*, vol. 56, no. 3, pp. 119–137, 2024.