

SKRIPSI

PENGARUH FOMO, LITERASI KEUANGAN, INFLUENCER SOSIAL MEDIA, DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z



Oleh

ALIF DAFFA LAZUARDI

NIM : 210502110090

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM**

2025

SKRIPSI

PENGARUH FOMO, LITERASI KEUANGAN, INFLUENCER SOSIAL MEDIA, DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z

Diajukan Kepada :

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi (S.Akun)



Oleh

ALIF DAFFA LAZUARDI

NIM : 210502110090

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK

IBRAHIM

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH FOMO, LITERASI KEUANGAN, INFLUENCER
SOSIAL MEDIA, DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI
TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z**

SKRIPSI

Oleh

Alif Daffa Lazuardi

NIM : 210502110090

Telah Disetujui Pada Tanggal 17 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Isnan Murdiansyah, M.S.A

NIP. 198607212019031008

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh *Fomo*, Literasi Keuangan, *Influencer* Sosial Media, Dan
Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

SKRIPSI

Oleh

ALIF DAFFA LAZUARDI

NIM : 210502110090

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima
Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi (S.Akun.)

Pada 25 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Fatmawati Zahroh, M.S.A

NIP. 198602282019032010

2 Anggota Penguji

Lutfi Ardhani, S.E., M.S.A

NIP. 198505282019031005

3 Sekretaris Penguji

Isnani Murdiansyah, M.S.A

NIP. 198607212019031008

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D

NIP. 197606172008012020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alif Daffa Lazuardi

NIM : 210502110090

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa **“SKRIPSI”** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

“PENGARUH FOMO, LITERASI KEUANGAN, INFLUENCER SOSIAL MEDIA, DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z”

Selanjutnya apabila dikemudian hari terdapat **“Klaim”** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 13 Juni 2025

Hormat saya,



Alif Daffa Lazuardi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah Subhanahuwata'ala yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Sebagai bentuk terima kasih, maka skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya, yaitu Bapak Arief Maulana A.Md. dan Ibu Ani Widaningsih S.Pd., adik saya Azzahra Callysta Naila serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa bagi saya

Seluruh dosen dan karyawan Fakultas ekonomi, terkhusus Bapak Isnan Murdiansyah yang telah membimbing dan membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Serta semua teman yang terus membantu dan memberikan masukan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.

MOTTO

“Wong Liyo Ngerti Opo, Gusti ALLAH Mboten Sare”

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah Subhanahuwata'la yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Fomo, Literasi Keuangan, Kemajuan Teknologi, dan Influencer Sosial Media Terhadap Minat Investasi Generasi Z” dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainudin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Bapak Isnan Murdiansyah, M.S.A selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi ini
5. Para dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
6. Papski Arief Maulana, Momski Ani Widaningsih, neng Naila
7. Para keluarga besar om, tante, uwa, pakde, bude
8. My partner 24/7
9. Para penghuni kos 292
10. Para penghuni kontrakan Sunda Empire
11. Teman-teman yang sudah membantu memberikan pikiran dan tutor
12. Para youtuber yang membahas terkait aplikasi SmartPls 4, dan statistik
13. Para Responden yang sudah meluangkan waktunya mengisi kuesioner penelitian ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
المخلص.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Theory Of Planed Behavior	16
2.2.2 Minat.....	17
2.2.3 Investasi	17
2.2.4 Fear Of Missing Out	19
2.2.5 Literasi Keuangan	20
2.2.6 Kemajuan Teknologi.....	22
2.2.7 Influencer Sosial Media	23
2.2.8 Generasi Z.....	24
2.3 Kerangka Konseptual	25

2.4 Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Fomo Terhadap Minat Investasi Generasi Z.....	26
2.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Z.....	27
2.4.3 Pengaruh Influencer Sosial Media Terhadap Minat Investasi Generasi Z	28
2.4.4 Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Generasi Z.	30
2.4.5 Pengaruh Fomo, Literasi Keuangan, Influencer Sosial Media, dan Kemajuan Teknologi, Terhadap Minat Investasi Generasi Z.....	31
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
3.2 Lokasi Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5 Data dan Jenis Data	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.7.1 Variabel Independen	Error! Bookmark not defined.
3.7.1.1 Fomo	Error! Bookmark not defined.
3.7.1.2 Literasi Keuangan	Error! Bookmark not defined.
3.7.1.3 Influencer Sosial Media	Error! Bookmark not defined.
3.7.1.4 Kemajuan Teknologi.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Variabel Dependen	Error! Bookmark not defined.
3.8 Analisis Data.....	38
3.8.1 Statistik Deskriptif.....	39
3.8.2 Model Pengukuran (Outer Model).....	39
3.8.3 Model Struktural (Inner Model)	42
3.8.7 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
4.1.2. Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	55
4.1.3 Model Struktural (Inner Model)	60
4.2 Pembahasan	62

4.2.1 Pengaruh Fomo Terhadap Minat Investasi Generasi Z.....	62
4.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Z.....	63
4.2.3 Pengaruh Influencer Sosial Media Terhadap Minat Investasi Generasi Z	65
4.2.4 Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Generasi Z.	67
4.2.5 Pengaruh Fomo, Literasi Keuangan, Influencer Sosial Media, dan Kemajuan Teknologi, Terhadap Minat Investasi Generasi Z.....	68
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	73
5.3 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Kriteria Sampel	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Para Responden	46
Tabel 4.2 Usia Para Responden	46
Tabel 4.3 Tahun Terakhir Responden Berinvestasi	47
Tabel 4.4 Investasi yang Dimiliki Responden	47
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Fomo (X1)	49
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X2)	50
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Influencer Sosial Media (X3)	51
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kemajuan Teknologi (X4)	52
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Minat Investasi Generasi Z (Y)	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.11 Hasil Discriminant Validity Fornell Lacker	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Discriminant Validity HTMT	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas VIF	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Path Coefficient	58
Tabel 4.16 Hasil Uji R-Square	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Path Coefficient	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penambahan & Jumlah Kumulatif Pelanggan Terdaftar Aset Kripto Tahun 2021-2023	2
Gambar 1.2 Penambahan & Jumlah Kumulatif Pelanggan Terdaftar Aset Kripto Tahun 2023-2024	2
Gambar 1.3 Pertumbuhan Investor.....	3
Gambar 1.4 Demografi Investor Individu.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25

ABSTRAK

Lazuardi, Alif Daffa. 2025. Skripsi. Pengaruh Fomo, Literasi Keuangan, Influencer Sosial Media, Kemajuan Teknologi, Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Pembimbing : Isnan Murdiansyah, M.S.A

Kata Kunci : Fomo, Literasi Keuangan, Influencer Sosial Media, Kemajuan Teknologi, Minat Investasi

Jumlah investor di Indonesia terus meningkat setiap tahun. Data yang KSEI 2024 menunjukkan investor di Indonesia didominasi oleh generasi Z dengan usia (≤ 30 tahun) berjumlah 55,38%. Namun, banyak investor muda terdorong oleh *Fomo*, minim literasi keuangan, terpengaruh oleh influencer dan informasi yang kurang kredibel di media sosial akibat kemajuan teknologi. Dewan Komisioner LPS pada 2022 mengungkapkan bahwa kerugian tertinggi salah satu penyebabnya adalah *Fomo*, sejalan dengan hal itu, survei OJK 2022 menunjukkan tingkat literasi hanya 46,68%, jauh di bawah inklusi keuangan yang mencapai 85,1%. Tujuan penelitian kali ini untuk mengetahui pengaruh *Fomo*, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi terhadap minat investasi generasi Z.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel 100 investor Generasi Z yang diambil dengan menggunakan teknik *purosive sampling* dan rumus *Lemeshow*. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan software SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa Fomo, literasi keuangan, kemajuan teknologi berpengaruh secara positif terhadap minat investasi generasi Z. Variabel influencer sosial media tidak berpengaruh terhadap minat investasi generasi Z. Adapun Fomo, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi generasi Z.

ABSTRACT

Lazuardi, Alif Daffa. 2025. Thesis. *The Influence of FOMO, Financial Literacy, Social Media Influencers, and Technological Advancement on Generation Z's Investment Interest*

Supervisor : Isnan Murdiansyah, M.S.A

Keywords : Fomo, Financial Literacy, Social Media Influencers, Technological Advancement, Investment Interest

The number of investors in Indonesia has grown significantly each year. Data released by KSEI on 2024 indicates that investors in Indonesia are predominantly from Generation Z, with 55.38% aged 30 or younger. Despite the large number, many young investors are influenced by FOMO, lack financial literacy, are swayed by social media influencers, and rely on less credible information due to technological advancements. According to the Chairman of the LPS Board of Commissioners on 2022, FOMO is one of the main causes of significant financial losses, compounded by a gap in financial literacy. The OJK 2022 survey revealed that the financial literacy rate is only 46.68%, far below the financial inclusion rate of 85.1%. Therefore, the aim of this research is to determine the effect of FOMO, financial literacy, social media influencers, and technological advancement on Generation Z's interest in investing.

This research is a quantitative study focusing on a population consisting of Generation Z individuals. The sample used in this study consists of 100 respondents selected using purposive sampling and the Lemeshow formula. The collected data were analyzed using SmartPLS 4.0 software.

The results of this study show that FOMO, financial literacy, and technological advancement each have a positive effect on Generation Z's investment interest. The social media influencer variable shows it does not significantly influence Generation Z's investment interest. However, FOMO, financial literacy, social media influencers, and technological advancement collectively have a simultaneous influence on Generation Z's investment interest.

الملخص

،لازوردي، أليف دفا. 2025. الأطروحة. تأثير الفومو، والثقافة المالية، ومؤثرات وسائل التواصل الاجتماعي الاستثمارية Z والتقدم التكنولوجي، على اهتمامات الجيل

المشرف: إيسنان مورديانسيه

،الكلمات المفتاحية: فومو، محو الأمية المالية، المؤثرون في وسائل التواصل الاجتماعي، التقدم التكنولوجي الاهتمام الاستثماري

(KSEI، يزداد عدد المستثمرين في إندونيسيا بشكل ملحوظ كل عام. تُظهر البيانات الصادرة عن الذي يقل عمره عن 30 عامًا أو يساويها، حيث Z أن المستثمرين في إندونيسيا يهيمن عليهم الجيل (2024) تبلغ نسبتهم 55.38%. ويقف وراء هذا العدد الكبير العديد من المستثمرين الشباب الذين يستثمرون متأثرين بـ دون معرفة مالية أو معرفة مالية أو متأثرين بالمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، Fomo بـ ومتأثرين بمعلومات أقل مصداقية على وسائل التواصل الاجتماعي بسبب التقدم التكنولوجي. وكشف رئيس مجلس المفوضين في الجمعية اللبنانية للضمان الاجتماعي (2022) أن فومو هو أحد أعلى الخسائر، بالإضافة % أن مستوى الإلمام بالقراءة والكتابة هو OJK 2022 46.68 إلى وجود فجوة في الثقافة المالية. يُظهر مسح فقط، أي أقل بكثير من الشمول المالي الذي يصل إلى 85.1%. ولذلك، فإن الغرض من هذا البحث هو تحديد ومحو الأمية المالية، والمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، والتقدم التكنولوجي على Fomo تأثير Z الاهتمام الاستثماري للجيل.

وكانت العينة Z. هذا البحث عبارة عن بحث كمي يركز على الدراسات السكانية في شكل الجيل المستخدمة في هذه الدراسة عبارة عن 100 عينة تم أخذها باستخدام تقنية أخذ العينات الانتقائية وصيغة SmartPLS 4.0 ليميشو. ثم تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام برنامج

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن متغيرات "فومو"، ومحو الأمية المالية، والتقدم التكنولوجي لها تأثير أما متغيرات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي فلها علاقة Z إيجابي على الاهتمام الاستثماري لجيل أما بالنسبة لمتغيرات فومو، ومحو الأمية Z إيجابية ولكن ليس لها تأثير على الاهتمام الاستثماري للجيل المالية، والمؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي، والتقدم التكنولوجي فهي تؤثر في الوقت نفسه على الاهتمام Z الاستثماري لجيل

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi seperti *smartphone*, media sosial dan informasi telah merubah pandangan hidup masyarakat secara fundamental. Inovasi pada bidang tersebut memiliki dampak cukup besar bagi kehidupan masyarakat. Informasi yang disediakan melalui jaringan internet dapat memudahkan para penggunanya dalam melakukan pencarian informasi terkait cara berinvestasi secara online. Investasi sendiri menjadi topik yang semakin populer belakangan ini, terutama di kalangan generasi muda. Investasi merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan keuangan di masa yang akan mendatang.

Selaras dengan perkembangan dan kemudahan teknologi yang ada, perkembangan investor yang ada di Indonesia juga mengalami pertumbuhan cukup signifikan mulai dari setiap bulannya sampai dengan tiap tahunnya dimulai dari tahun 2021 sampai dengan 2024. Data yang diberikan oleh Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi dan Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa jumlah investor kripto per Juli 2024 mencapai 20,59 juta, naik dari 20,24 juta di Bulan Juni.

Gambar 1.1
Penambahan & Jumlah Kumulatif Pelanggan Terdaftar Aset Kripto Tahun 2021-2023



Sumber: Bappebti (2023)

Gambar 1.2
Penambahan & Jumlah Kumulatif Pelanggan Terdaftar Aset Kripto Tahun 2023-2024



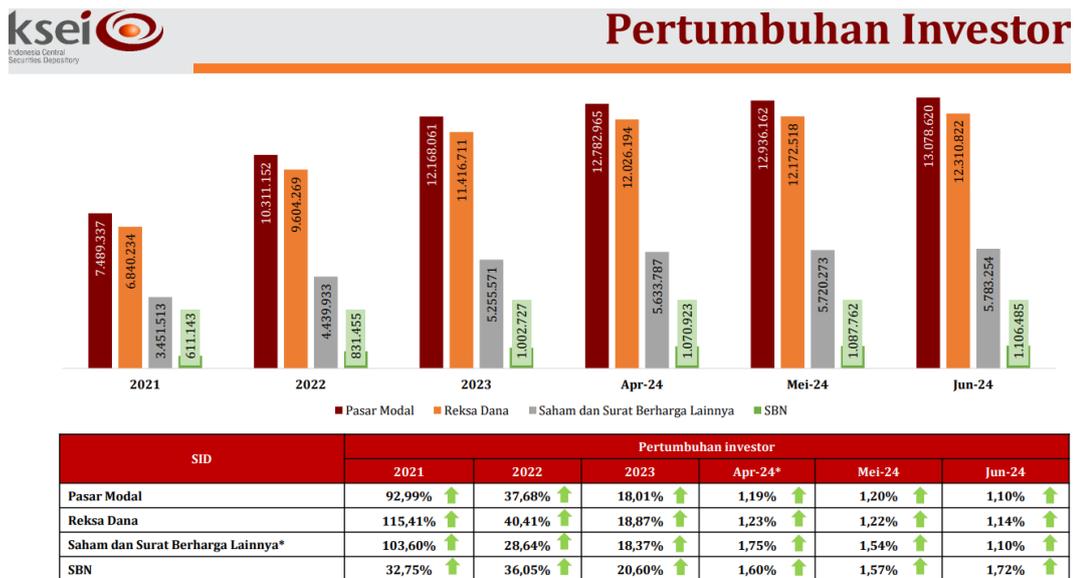
Sumber: Bappebti (2024)

Generasi Z merupakan kelompok usia yang saat ini memiliki potensi besar untuk mulai berinvestasi, hal ini juga disebabkan karena adanya bonus demografi dan pemahaman generasi muda terkait kemajuan teknologi yang ada. Memahami minat investasi mereka menjadi penting untuk merumuskan strategi edukasi dan pengembangan produk investasi yang tepat. Data yang dikeluarkan oleh KSEI per Juni 2024 menunjukkan bahwa investor pasar modal di Indonesia masih didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z dengan usia kurang atau sama dengan 30

tahun dan orang yang berumur 31 sampai dengan 40 tahun memiliki jumlah mencapai 79%.

Gambar 1.3

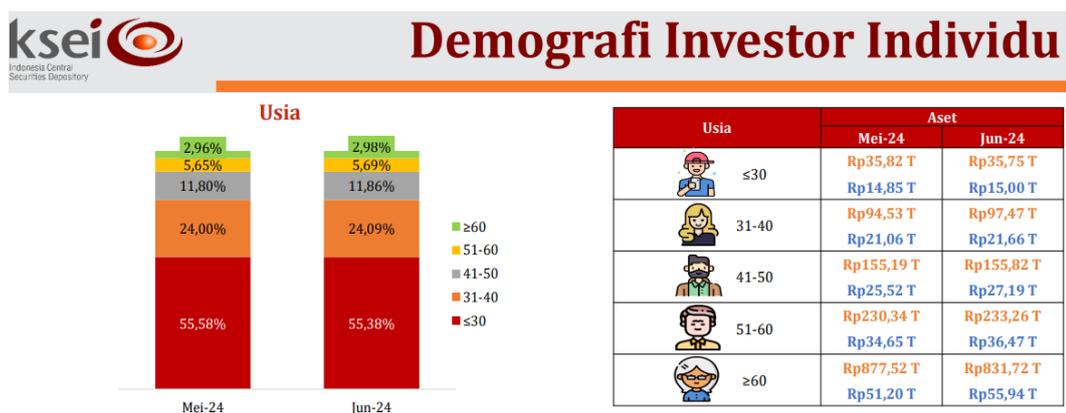
Pertumbuhan Investor



Sumber: KSEI (2024)

Gambar 1.4

Demografi Investor Individu



Sumber: KSEI (2024)

Meningkatnya atensi masyarakat pada pasar kripto pada akhir-akhir ini disebabkan oleh maraknya berita akan terjadinya *bullrun* pada tahun 2024 yang menyebabkan banyak investor yang masuk pasar kripto untuk mengambil kesempatan karena harga kripto yang terus meningkat belakangan ini sehingga para investor tersebut mengharapkan return yang tinggi. Hal ini disampaikan oleh *Ceo Indodax* pada April 2024 yang menyebutkan investor kripto di Indonesia merupakan jumlah terbesar ke-7 di dunia, sebanyak 33,24% investor kripto tersebut menggunakan *exchange Indodax* untuk kegiatan trading kripto tuturnya.

Munculnya banyak *influencer* yang membuat video edukasi terkait pasar modal dan pasar kripto dimulai dari kelas gratis hingga membuka kelas privat yang berbayar, hal ini membuat masyarakat termotivasi untuk menyimpan uangnya dengan cara melakukan trading di pasar modal maupun di pasar kripto. Tak sedikit dari mereka yang menonton video para *influencer* tersebut langsung melakukan praktek investasi tanpa melakukan riset terlebih dahulu tentang apa yang mereka beli, terlebih mereka merasa takut untuk telat berinvestasi disuatu instrumen keuangan.

Ditengah berbagai kemajuan, terdapat juga kekhawatiran terkait investasi saat ini, seperti volatilitas harga suatu komoditas dan ketidakstabilan nilai tukar valuta asing dan juga risiko terkait dengan oknum-oknum manajer investasi yang dapat merugikan para investor. Banyaknya investor muda yang melakukan investasi tanpa literasi keuangan, terpengaruh oleh *Fomo*, hanya karena melihat *influencer* di sosial media, dan terpengaruh pada informasi yang kurang kredibel yang bertebaran disosial media akibat kemajuan teknologi.

Ketua dewan komisioner Lembaga Penjamin Simpanan Purbaya (2022) menjelaskan terjadinya kerugian akibat investasi ilegal menyentuh 120,79 triliun rupiah, menjadikan angka kerugian investasi tertinggi selama satu dekade terakhir. Tingginya angka tersebut salah satunya disebabkan fenomena *Fomo*, dimana para masyarakat berinvestasi melalui robot trading ilegal dan berakhir pada investasi ilegal. Bersamaan dengan hal ini terdapat pula kesenjangan literasi keuangan yang terjadi pada masyarakat di Indonesia, berdasarkan hasil survei yang diadakan OJK yaitu Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan periode 2022 hanya mencapai 46,68% sedangkan angka tersebut terpaut jauh dari tingkat inklusi keuangan yang mencapai 85,1% ditahun 2022. Berdasarkan hal tersebut maka hal ini menjadi suatu urgensi pada penelitian kali ini untuk diteliti.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dihimpun oleh peneliti, minat investasi pada generasi Z dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu *Fomo*, literasi keuangan, kemajuan teknologi, dan *influencer* sosial media. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputri et al (2023) yang menjelaskan bahwa *Fomo* dan literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi. Penelitian terdahulu juga menyebutkan bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi minat investasi bagi generasi muda, hal tersebut dijelaskan oleh Juniarti et al (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya. Widiastiti & Yudiantara (2023) menjelaskan bahwa variabel nya yaitu kemajuan teknologi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi saham generasi Z. Cahyani &

Sinarwati (2023) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *influencer* sosial media juga berpengaruh secara simultan terhadap investasi generasi muda di Denpasar.

Berdasarkan hasil kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu, terdapat beberapa kesenjangan yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Karatiri et al (2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pengetahuan mengenai investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi milenial. Penelitian yang dilakukan oleh Adib, Sahal et al (2024) menjelaskan bahwa bandwagon effect tidak berpengaruh terhadap minat investasi kripto. Terdapat perbedaan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh S & Aisyah (2023) dimana literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi Z. Hasil dari penelitian Ainiyah & Indrarini (2022) kemajuan teknologi tidak berpengaruh terhadap minat investasi di reksadana pada generasi Z kota Surabaya.

Mayoritas penelitian terdahulu dilakukan dengan pembatasan wilayah tertentu seperti kota Denpasar, Batam, atau Bekasi, sedangkan penelitian ini melibatkan responden generasi Z yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia tanpa pembatasan wilayah, sehingga hasilnya lebih merepresentasikan kondisi secara umum. kombinasi keempat variabel independen yang diuji secara simultan terhadap minat investasi generasi Z, penggunaan Theory of Planned Behavior sebagai pendekatan teoritis yang memetakan *Fomo* sebagai *subjective norm* literasi keuangan sebagai *attitude toward behavior*, *influencer* sosial media sebagai *subjective norm*, dan kemajuan teknologi sebagai *perceived behavioral control*. Penggunaan Smart PIs 4.0 memberikan hasil pengujian reliability dan validity yang lebih konkrit dan mendalam guna menilai kelayakan kuesioner. Hal tersebut

menjadi keterbaruan dari penelitian ini. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan teoritis dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi di kalangan generasi Z.

1.2 Rumusan Masalah

Dewasa ini tren investasi berkembang dengan pesat di kalangan generasi Z, generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang didominasi oleh kemajuan teknologi yang membuat semakin mudahnya dalam berbagai akses informasi. Minat generasi Z terhadap investasi tidak dapat dipisahkan dari beberapa faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan mereka berinvestasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat investasi di kalangan generasi Z baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hal-hal yang telah disampaikan di atas, maka timbul pertanyaan sebagai berikut

1. Apakah *Fomo* berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi pada generasi Z?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi pada generasi Z?
3. Apakah kemajuan teknologi berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi pada generasi Z?
4. Apakah *influencer* sosial media berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi pada generasi Z?
5. Apakah *fomo*, literasi keuangan, *influencer* sosial media, dan kemajuan teknologi berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi pada generasi Z?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini didasari pada rumusan masalah yang sebelumnya telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini antara lain yaitu untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh parsial *Fomo* terhadap minat investasi pada generasi Z.
2. Untuk mengetahui pengaruh parsial literasi keuangan terhadap minat investasi pada generasi Z.
3. Untuk mengetahui pengaruh parsial *influencer* di sosial media terhadap minat investasi pada generasi Z.
4. Untuk mengetahui pengaruh parsial kemajuan teknologi terhadap minat investasi generasi Z.
5. Untuk mengetahui pengaruh simultan *Fomo*, literasi keuangan, kemajuan teknologi, dan *influencer* sosial media secara simultan terhadap minat investasi pada generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi awal bagi para peneliti dalam mengambil teori mengenai minat investasi dengan mengembangkan konsep ilmu berdasarkan *Fomo*, literasi keuangan, kemajuan teknologi, pengaruh *influencer* sosial media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian karya ilmiah ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi para pembacanya, diantaranya yaitu: Manfaat bagi calon investor mengenai

meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang investasi bagi generasi z; Manfaat bagi pemerintah mengenai perumusan kebijakan dan program untuk meningkatkan minat investasi di kalangan generasi muda di Indonesia; Manfaat bagi industri keuangan mengenai pengembangan produk dan layanan investasi yang sesuai dengan kebutuhan generasi Z.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini berisi tentang hasil dan kesimpulan dari penelitian terdahulu yang merupakan referensi bagi penulis dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian kali ini terdapat suatu kesamaan yaitu permasalahan dalam penelitian. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai bahan referensi :

Tabel 2.1
Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Tahun	Nama Penulis	Judul	Hasil
1.	2023	Nyimas Dewi Murnila Saputri, Agung Putra Reneo, Fida Muthia	<i>The Fomo Phenomenon: Impact on Investment Intentions in Millennial Generation with Financial Literacy as Moderation</i>	<i>Fomo</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi. Literasi Keuangan dapat memperlemah pengaruh <i>fomo</i> terhadap minat investasi.
2.	2023	Dewa Ayu Dwiki Widiastuti, I Gede Agus Pertama Yudiantara	Pengaruh Modal Minimal, Ekspektasi <i>Return</i> , Kemajuan Teknologi, dan Peran <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Minat Investasi Saham Pada Kalangan Generasi Z di Kota Denpasar	Variabel X3 (kemajuan teknologi) berpengaruh pada variabel bebasnya (Minat investasi saham generasi Z)

3.	2021	Muhammad Yusuf	Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal	Terdapat pengaruh kemajuan teknologi terhadap minat investasi generasi milenial di pasar modal
4.	2022	N.L.P.E. Pradnyawati, N.K Sinarwati	Analisis Keputusan Investasi Pada Generasi Millennial Di Pasar Modal Saat Pandemi Covid-19	Perilaku investor dalam mengambil keputusan investasi saham didasari pada trend harga saham, dan dipengaruhi oleh faktor mengikuti tindakan atau saran orang lain
5.	2024	Septiani Juniarti, Cut Edwina Safia Oebit, Putri Ayomi	Minat Investasi Saham Generasi Z : <i>Financial Literacy</i> dan <i>Risk Tolerance</i>	Variabel independen (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya.
6.	2022	A A Istri Indah Parisya Gunanti, Luh Putu Mahyuni	Minat Investasi Generasi Milenial di Bursa Efek Indonesia	Variabel dependen dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan dan influencer media sosial
7.	2022	Diki Suhendar, Mohammad Hatta Fahamsyah	<i>The Effect of Financial Literacy, Income, and Financial Behaviour on Gen-Z Investment Decisions in Bekasi Regency</i>	Variabel X1 (literasi keuangan) berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z yang ada di Bekasi.

8.	2023	Noel Multi Kristian Ujung, Riadi, Jenisa Satya, Desy Astrid Anindya	Pengaruh Kompetensi Teknologi Informasi, Persepsi Resiko dan Tingkat Literasi Keuangan	Secara simultan dan parsial kompetensi, teknologi informasi, persepsi resiko dan tingkat literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi crypto currency.
9.	2023	Az Zahra Nabilah Yamani, Misbahul Munir	<i>The Effect of Financial Self-Efficacy on Student Investment Interest Mediated by Financial Literacy</i>	Terdapat pengaruh antara efikasi diri keuangan, dan literasi keuangan, terhadap minat investasi. Literasi keuangan dapat memediasi efikasi diri finansial dengan minat berinvestasi.
10.	2024	I Ketut Budhiadnyana Arisaputra, Putu Riesty Masdiantini	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Penghasilan Individu, Kemajuan Teknologi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Y	Variabel X3 (Kemajuan teknologi) berpengaruh positif signifikan terhadap variable Y (Minat investasi pada generasi Y)

11.	2022	Ari Sulistyowati, Muhammad Richo Rianto, Millda Handayani, Eri Bukhari	Pengaruh <i>Financial Literacy, Return</i> dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi	variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, Variabel pengembalian berpengaruh positif terhadap keputusan investasi dan variabel risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.
12.	2023	Ahmad Fuadi Tanjung, Raju Adha, Sugianto	Persepsi Dan Keputusan Investasi Masa Depan Pada Generasi Milenial Dan Gen Z	Pendidikan keuangan dan pengaruh media sosial memiliki peran kunci dalam membentuk keputusan investasi mereka.
13.	2022	Arienda Gitty, Naelati Tubastuvi, Erny Rachmawati, Ika Yustiana	Pengaruh <i>Financial Literacy, Financial Behavior</i> dan <i>Financial Experience</i> Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial di Batam	Secara parsial variabel <i>Financial Literacy, Financial Behavior</i> dan <i>Financial Experience</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi.
14.	2022	Yuliana Sugiarti, Rizaldi Mawardi	Determinan Minat Investasi Saham Generasi Milenial di Masa Pandemi	Literasi keuangan, tingkat pendapatan tinggi, dan persepsi return berpengaruh pada minat investasi saham.

15.	2021	Rhealin Hening Karatiri, Faridhatun Faidah, Nurzahroh Lailyah	Determinan Minat Generasi Milenial Dalam Investasi Pasar Modal Di Masa Pandemi Covid-19	Variabel kemajuan teknologi berpengaruh pada minat generasi milenial dalam investasi pada saat pandemi Covid-19.
16.	2023	I Dewa Ayu Bintang Cahyani, Ni Kadek Sinarwati	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media <i>Influencer</i> Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Kota Denpasar	Variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di Denpasar. Kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi muda di Denpasar
17.	2022	Gusti Ayu Tunince Arianti, Sunitha Devi	Pengaruh <i>Sosial Media Influencer</i> , Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019	variabel <i>social media influencer</i> , lingkungan keluarga, efikasi diri, dan informasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019 serta secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019
18.	2024	Sahal Afham Adib, Osly Usman, Rahmi	Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi	Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi kripto, <i>return</i>

			Minat Investasi Kripto Pada Generasi Muda	investasi, risiko investasi, <i>bandwagon effect</i> tidak berpengaruh terhadap minat investasi kripto.
19.	2023	Thea Diva, Theresa, Rohmad Fuad Armansyah	Peran <i>Herding</i> , <i>Overconfidence</i> dan <i>Endowment Bias</i> Pada Keputusan Investasi Investor Pasar Modal	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>herding bias</i> , <i>overconfidence bias</i> , dan <i>endowment bias</i> berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi investor. Secara parsial terdapat pengaruh positif dari setiap variabel terhadap variabel keputusan investasi.
20.	2022	Trisnaningsih, Sihabudin, Robby Fauji	Pengaruh <i>Influencer</i> dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa	Kedua variabel yang digunakan berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Secara simultan literasi keuangan dan <i>influencer</i> berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Sumber: Penelitian terdahulu yang diolah (2025)

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dihimpun, peneliti akan membuat perbandingan yang berisi persamaan dan perbedaan apa saja yang terdapat pada penelitian kali ini dengan penelitian sebelumnya. Terdapat persamaan pada variabel independen yaitu literasi keuangan yang digunakan oleh Cahyani & Sinarwati (2023), Ramadani et al (2022), Sulistyowati et al (2022), Yamani & Munir (2023), Ujung et al (2023), Gunanti & Mahyuni (2022), Juniarti et al (2024). Terdapat persamaan pada variabel independen yaitu kemajuan teknologi yang

digunakan oleh Arianti & Devi (2023), Karatiri et al (2021), Arisaputra & Masdiantini (2024), Yusuf (2021), Widiastiti & Yudiantara (2023). Terdapat persamaan pada variabel independen yaitu *influencer* sosial media yang digunakan oleh Trisnaningsih et al (2022), Theresa & Armansyah (2022), Adib, Sahal et al (2024), Cahyani & Sinarwati (2023), Gunanti & Mahyuni (2022).

Setelah membahas persamaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian kali ini, penulis akan memaparkan perbedaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian kali ini. Perbedaan mendasar pada penelitian kali ini yaitu terletak pada variabel dependennya, peneliti menggunakan minat investasi pada generasi Z dimana peneliti tidak membatasi responden berdasarkan wilayah atau kota tertentu, sehingga data yang diperoleh mencerminkan persebaran responden Generasi Z dari berbagai daerah di Indonesia secara umum. Pada banyak penelitian terdahulu yang telah peneliti himpun, variabel bebas yang mereka gunakan lebih condong ke minat investasi generasi milenial, minat investasi pada mahasiswa, dan minat investasi. Hal tersebut sebagai pembeda dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini diteliti, sehingga dapat dijadikan novelty penelitian karena terdapat perbedaan dalam variabel Y atau variabel bebasnya.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Theory of Planed Behavior

Theory of planed behavior merupakan hasil pengembangan yang dilakukan oleh Ajzen yang dikembangkan sebelumnya dari *reasoned action theory*. *Theory of Reasoned Action* membahas mengenai perilaku individu dipengaruhi oleh suatu

intensi dan tingkah laku. Intensi yang dimaksud berisi tiga hal, yaitu pengendalian perilaku, tingkah laku dan norma subyektif (Negara & Febrianto, 2020).

Pengembangan *theory of planned behavior* dilakukan dengan menambahkan sesuatu yang dapat mempengaruhi minat seseorang yaitu *perceived behavioral control* (Arisaputra & Masdiantini, 2024). *perceived behavioral control* adalah suatu ukuran kepercayaan individu tentang kompleksitas melakukan suatu perilaku (Seni & Ratnadi, 2017). Menurut Arisaputra & Masdiantini (2024) *perceived behavioral control* didasari kepercayaan yang dinilai menjadi *control beliefs* yaitu suatu keyakinan seseorang mengenai hadir atau tidaknya suatu yang dianggap penghalang atau pemicu bagi individu untuk melakukan sesuatu. Sesuatu yang bersifat personal adalah sikap, *subjective norm* merupakan sifat sosial, Hal yang mendasar pada teori ini yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting.

2.2.2 Minat

Minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan pada dirinya. Minat juga berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.

2.2.3 Investasi

Alexander dan Sharpe mengemukakan bahwa investasi adalah pengorbanan nilai tertentu yang berlaku saat ini untuk mendapatkan nilai dimasa datang yang

belum dapat dipastikan besarnya. Menurut Bryan (2009) mengemukakan bahwa investasi merupakan sebuah pengeluaran untuk memperoleh suatu aset atau properti untuk menghasilkan pendapatan. Kegunaan investasi dijelaskan oleh Kusmawati (2011) investasi dilakukan karena terdapat kebutuhan yang harus dipenuhi seseorang di masa depan guna meningkatkan nilai aset ataupun menjaga nilai aset yang dimiliki agar dapat digunakan saat krisis ataupun inflasi datang (Karatiri et al., 2021). Setiap orang yang melakukan investasi menginginkan *return* yang tinggi dan mampu meningkatkan kesejahteraan dari investor itu sendiri (Pradnyawati & Sinarwati, 2022). Investasi terdiri dari investasi tidak langsung atau biasa disebut investasi portofolio dan investasi langsung.

2.2.3.1 Investasi Menurut Pandangan Islam

Agama Islam mengajarkan harta yang ada sebaiknya tidak ditimbun begitu saja, tetapi harus memanfaatkannya agar dapat memberikan manfaat saat masa sekarang maupun masa yang akan datang. Hal tersebut dapat dilihat dalam QS. Al-Baqarah ayat 261 yang berbunyi:

وَاللَّهُ حَبَّةً حَبَّةً مِّائَةً سُنْبُلَةٍ كُلِّ فِي سَنَابِلٍ سَبْعٍ أَنْبَتَتْ حَبَّةٌ كَمَثَلِ اللَّهِ سَيِّلٍ فِي أَمْوَالِهِمْ يُنْفِقُونَ الَّذِينَ مَثَلُ
 ٣٦١ عَلِيمٌ وَاسِعٌ وَاللَّهُ يَتَسَاءَلُ لِمَنْ يُضَاعَفُ

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada setiap bulir ada seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui” (QS.

AlBaqarah: 261). Secara implisit ayat tersebut menjelaskan bahwa harta yang dimiliki harus dikelola dengan baik.

2.2.4 Fear Of Missing Out

Menurut Srigustini & Aisyah dalam (Saputri et al., 2023) *Fomo* merupakan aktivitas yang dilakukan karena ikut-ikutan atau disebut dengan efek ikut-ikutan atau dalam istilah lain disebut juga dengan istilah takut Ketinggalan. Efek dari mengikuti tren sering kali mendorong seseorang untuk mengonsumsi, terutama ketika barang atau aktivitas tersebut sedang populer di kalangan masyarakat. Fenomena *FoMO (Fear of Missing Out)* cenderung dialami oleh kalangan muda. Gejala psikologis individu yang mengalami fenomena *Fomo* seperti perasaan takut, cemas, gelisah dan tidak aman ketika individu merasa tertinggal berita atau informasi hangat di internet (Saputri et al., 2023).

Fomo menunjukkan perilaku yang cenderung mengikuti tindakan orang lain karena terpengaruhi oleh informasi yang didapat mengenai keputusan investasi dimana dilakukan kelompok atau individu tertentu yang dianggap lebih ahli (Sihotang & Pertiwi, 2021). Persada & Widodo (2020) mengemukakan bahwa *Fomo* mempengaruhi pergerakan harga saham irasional dimana investor mengesampingkan fundamental Perusahaan. *Fomo* merupakan kondisi dimana seorang investor takut ketinggalan tren baik pada saat itu terjadi *uptrend*, *downtrend* atau bahkan *sideways* yang sedang terjadi, sehingga selalu mengikuti apa keinginan pasar (Persada & Widodo, 2020).

2.2.4.1 *Fear of Missing Out Dalam Pandangan Islam*

Fear of Missing Out sering kali mendorong seseorang untuk merasa cemas akibat tertinggal dalam suatu tren yang ada atau aktivitas orang lain. Terdapat keselarasan secara implisit antara Fomo dengan ayat Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 148. Ayat ini mengajak kita menjadikan FOMO sebagai motivasi untuk berlomba-lomba dalam amal saleh.

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ اِنَّ مَا تَكُوْنُوْنَ بِآتٍ بِكُمْ اللهُ جَمِيعًا ۗ اِنَّ اللهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ

قَدِيْرٌ ﴿١٤٨﴾

“Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu” (QS Al-Baqarah: 148).

2.2.5 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan sebuah pengetahuan mengenai fakta, konsep, alat dan prinsip teknologi yang digunakan untuk menambah pengetahuan dalam menggunakan uang. Literasi keuangan adalah tentang kemampuan memahami uang dan keuangan serta mampu percaya diri menerapkan pengetahuan itu untuk membuat keputusan keuangan yang efektif karena membuat keputusan keuangan yang sehat. Kardoyo dalam (Ujung et al., 2023)

Literasi keuangan meliputi pengetahuan dasar keuangan mengenai simpanan dan pinjaman, asuransi, dan investasi. Mahasiswa yang ingin berinvestasi di pasar modal harus memiliki literasi keuangan yang baik agar dapat

memaksimalkan peluang dan meminimalisir risiko. Literasi keuangan mahasiswa didapatkan melalui perkuliahan, seminar, ataupun mencari informasi yang dapat menambah pengetahuan untuk berinvestasi. (Ujung et al., 2023)

Literasi keuangan, sebagai dasar dalam pengelolaan keuangan, berperan sebagai kemampuan dan keterampilan seseorang untuk mengelola sumber daya finansialnya secara efisien. Dengan literasi keuangan, individu dapat mengelola uangnya dengan menerapkan pengetahuan yang dimiliki tentang keuangan. Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan membuat keputusan investasi secara lebih bijaksana, sehingga dapat mengurangi risiko besar yang mungkin dihadapi oleh investor.

2.2.5.1 Literasi Keuangan Menurut Pandangan Islam

Menuntut ilmu bagi kaum muslim hukumnya ialah wajib. Pengetahuan yang dimiliki seseorang akan menjadikannya lebih bijaksana dalam membuat keputusan. Hal ini tercermin dalam QS. Ali Imran ayat 18, yang menyatakan bahwa orang-orang berilmu menjadi saksi bahwa hanya Allah SWT yang pantas disembah. Kebijakan dalam meyakini dan mengimani keesaan Allah SWT menjadikan orang-orang berilmu diberi tanggung jawab besar oleh Allah SWT.

شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَابِئًا بِالْقِسْطِ ۗ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ﴿١٨﴾

“Allah menyatakan bahwasanya tidak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), Yang menegakkan keadilan. Para Malaikat dan orang-orang yang berilmu (juga menyatakan yang demikian itu). Tak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana” (QS. Ali Imran: 18).

2.2.6 Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi merupakan suatu kejadian dimana zaman telah berkembang yang ditandai dengan adanya perubahan teknologi yang memberikan informasi tentang investasi dengan berbagai kemudahannya Cempaka dalam(Widiastiti & Yudantara, 2023). Teknologi selalu mengalami perkembangan sehingga mengubah keseharian masyarakat dan memberikan keuntungan bagi investor. Informasi yang disediakan melalui internet sangat memudahkan dalam mencari informasi terkait cara berinvestasi secara online. Perkembangan teknologi juga dapat menjadi rujukan investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi (Firdhaus & Apriani, 2021). Informasi yang cepat beredar dan teknologi yang selalu mengalami perkembangan tentu berdampak pada kemudahan setiap individu untuk melakukan investasi. (Pradnyawati & Sinarwati, 2022).

Saat ini perusahaan sekuritas yang ada sudah memberikan kemudahan bagi seseorang yang berminat investasi seperti memberikan pelayanan sistem *online trading*. *Online trading* ini adalah Langkah baru dalam hal jual beli saham melalui koneksi internet yang ada di gadget. Melalui kemajuan teknologi ini dapat membuat seseorang untuk menanamkan dananya di pasar modal (Tarigan et al., 2019).

2.2.6.1 Kemajuan Teknologi Menurut Pandangan Islam

Pemanfaatan teknologi digunakan untuk memberikan kemudahan bagi umat manusia, hal ini secara implisit dijelaskan dalam Al-Quran yaitu pada surah Al-A'la ayat 8. Allah SWT telah memberikan kemudahan-kemudahan melalui kemajuan teknologi yang ada.

“Kami akan melapangkan bagimu jalan kemudahan (dalam segala urusan)” (QS Al-A’la: 8).

2.2.7 Influencer Sosial Media

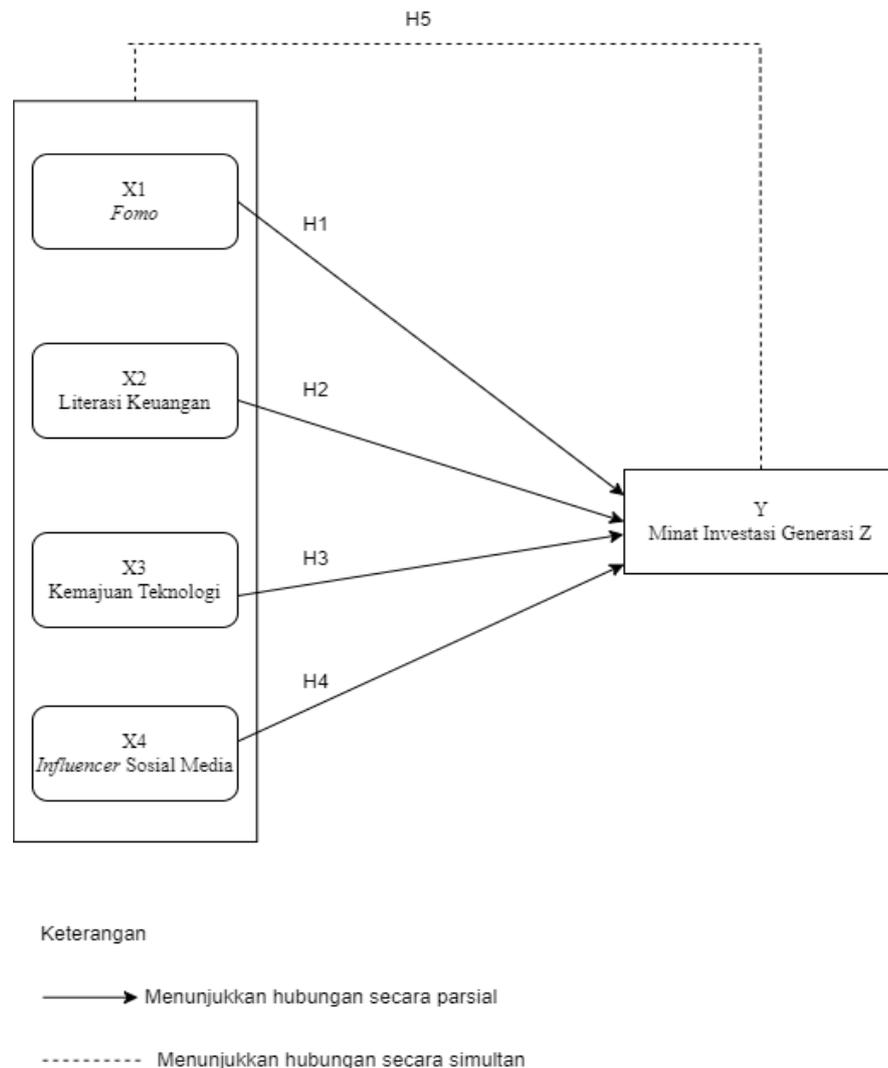
Influencer sosial media merupakan suatu pihak yang terkenal dan memiliki pengikut yang banyak diberbagai sosial media seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter* dan *Youtube* yang dapat memberikan pengaruh pada pengikutnya sehingga opini yang mereka sampaikan menjadi sangat berpengaruh bagi publik (Arianti & Devi, 2023). Dalam kasus ini *influencer* memberikan motivasi dan pengetahuan terkait investasi sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap minat investasi.

Influencer sosial media menurut (Cahyani & Sinarwati, 2023) merupakan orang yang memiliki pengetahuan serta pengaruh dalam menyampaikan suatu informasi di media sosial sehingga mampu mempengaruhi para masyarakat untuk mencoba sesuatu.

Influencer sosial media seringkali disamakan dengan *bandwagon*, dan *herding bias* karena ketiganya berhubungan dengan perilaku sosial dan psikologi manusia yang dipengaruhi oleh sesuatu yang dilakukan atau dipikirkan oleh orang lain. Ketiga konsep tersebut menggambarkan bagaimana individu dapat terpengaruh oleh tindakan atau opini suatu kelompok, individu tersebut mulai mengikuti tren atau perilaku untuk mendapatkan rasa aman secara sosial. Keputusan yang dibuat dalam situasi ini sering kali kurang rasional.

2.3 Kerangka Konseptual

Gambar 2.1
Kerangka Koseptual



Sumber: Diolah peneliti (2024)

Dari gambar diatas peneliti mencoba meneliti pengaruh *Fomo*, literasi keuangan, kemajuan teknologi, *influencer* sosial media terhadap minat investasi pada generasi Z secara parsial. Kemudian peneliti juga ingin mencoba untuk menguji pengaruh *Fomo*, literasi keuangan, kemajuan teknologi, *influencer* sosial media terhadap minat investasi pada generasi Z secara simultan.

2.4 Hipotesis

Dalam pengembangan hipotesis, peneliti menggunakan *theory of behavior planned* untuk menentukan sesuatu yang dapat mempengaruhi minat investasi pada generasi milenial dan generasi Z. Faktor tersebut merupakan *attitude toward the behavior* yang direpresentasikan dengan literasi keuangan (LK), sedangkan faktor lain yaitu *subjective norm* direpresentasikan oleh influencer sosial media (SMI) (Gunanti & Mahyuni, 2022).

2.4.1 Pengaruh Fomo Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Minat Investasi pada generasi milenial dan generasi Z dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya yaitu adanya fenomena *Fomo* yang betebaran. *Fomo* yang tidak diimbangi dengan pemahaman dan penelitian mendalam terkait apa yang akan diinvestasikan akan menyebabkan hal-hal yang tidak diinginkan atau terjadinya kegagalan dalam berinvestasi, walaupun tidak selamanya *Fomo* itu buruk dalam berinvestasi. Banyak calon investor yang berlarut dalam fenomena *Fear Of Missing Out* dalam pengambilan keputusan berinvestasi, dimana fenomena tersebut menjadikan hal negatif dalam pengambilan keputusan berinvestasi dengan tanpa adanya pemahaman terkait literasi keuangan

Terdapat penelitian terdahulu yang penulis jadikan dalam referensi pengajuan hipotesis mengenai fenomena *Fomo*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Saputri et al (2023) dalam penelitiannya dijelaskan bahwa fenomena *Fomo* berpengaruh secara signifikan pada minat investasi generasi milenial. Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan *Theory Behavior Planned* yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh faktor norma

subjektif atau *subjective norm*. Meskipun begitu *Fomo* juga dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap perilaku *attitude toward behavior*

H1 : *Fomo* berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z.

2.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Kegiatan berinvestasi sangat erat kaitannya dengan instrumen keuangan serta pemahaman literasi keuangan. Pemahaman terhadap literasi keuangan dapat memberikan hal yang positif dalam melakukan kegiatan investasi. Dengan adanya pemahaman terkait literasi keuangan para investor dapat memperkecil kemungkinan hal-hal yang tidak diinginkan atau kegagalan dalam melakukan kegiatan investasi. Para investor dalam hal ini generasi z sangat disarankan untuk mempelajari terkait literasi keuangan. Para investor dapat memanfaatkan dengan adanya kemudahan dalam mendapatkan informasi di internet untuk mempelajari terkait literasi keuangan.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang penulis jadikan dalam referensi pengajuan hipotesis mengenai literasi keuangan. Berdasarkan hasil dan kesimpulan jurnal yang sudah dihimpun, penelitian yang dilakukan oleh Yamani & Munir (2023) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi. Literasi keuangan dapat memediasi efikasi diri finansial dengan minat berinvestasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kelly & Pamungkas (2022) terdapat pengaruh positif atas variabel literasi keuangan terhadap minat investasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunanti & Mahyuni (2022) variabel dependen dipengaruhi oleh variabel X1 nya yaitu literasi keuangan. Penelitian yang dilakukan

oleh Juniarti et al (2024) menyebutkan bahwa X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (Minat investasi generasi Z).

Penemuan ini selaras dengan *theory of behavior planned* dimana terdapat salah satu elemen yaitu *attitude toward the behaviour* atau sikap terkait perilaku. Seseorang yang mempunyai literasi keuangan yang baik akan semakin yakin dalam mengaplikasikan dan mengatur keuangannya dengan bijak sehingga orang tersebut akan semakin percaya diri terhadap niatnya untuk berinvestasi (Gunanti & Mahyuni, 2022).

H2 : Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi pada generasi Z.

2.4.3 Pengaruh Influencer Sosial Media Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Influencer diberbagai platform sosial media dipercaya dapat memberikan stimultan secara psikologis atau memberikan dampak pengaruh terhadap orang lain, baik pengaruh secara positif maupun negatif. Semakin besar *engagement* atau jangkauan nya, semakin banyak pengikutnya di sosial media maka *influencer* tersebut dapat dengan mudah menyebarkan informasi terkait kegiatan berinvestasinya. Saat ini banyak influencer di berbagai platform media sosial yang berfokus pada kegiatan berinvestasi, hal ini dapat mempengaruhi pengikutnya untuk berinvestasi pula.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang penulis jadikan dalam referensi pengajuan hipotesis mengenai tindakan *influencer*. Berdasarkan hasil dan kesimpulan jurnal yang sudah dihimpun, penelitian yang dilakukan oleh (Gunanti,

A. Mahyuni, 2022) yang menjelaskan bahwa minat berinvestasi generasi milenial dipengaruhi oleh *influencer* media sosial. Trisnaningsih et al (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa berdasarkan hasil nilai signifikansi *influencer* media sosial berpengaruh secara positif signifikan dan berpengaruh secara simultan pada variabel dependennya. Terdapat perbedaan hasil dalam penelitian yang dilakukan Adib, Sahal et al (2024) yang menjelaskan bahwa variabel *bandwagon effect* tidak berpengaruh pada variabel dependennya, sehingga hal ini menjadi gap penelitian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyani & Sinarwati (2023) bahwa variabel *social media influencer* berpengaruh positif signifikan dan simultan berpengaruh positif pada variabel bebasnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arianti & Devi (2023) Sosial media *influencer* atau X1 berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel bebasnya.

Temuan dari berbagai penelitian tersebut juga sejalan dengan *theory behavior planned* dimana terdapat norma subjektif yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan suatu atau tidaknya tindakan. Berdasarkan norma subjektif Semakin banyak orang di sekitar individu atau tokoh yang dipercaya, seperti *influencer* media sosial, yang mendorong untuk berinvestasi, semakin besar pula minat individu tersebut untuk berinvestasi.

H3 : *Influencer* sosial media berpengaruh secara positif terhadap minat investasi pada generasi Z.

2.4.4 Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Dunia sudah dihadapkan langsung dengan era revolusi industri 4.0 yang berarti kegiatan industri sudah dikaitkan dengan komputerisasi dan juga sistemasi internet. Hal ini memungkinkan komputer saling terhubung dan berkomunikasi satu sama lain untuk akhirnya membuat keputusan tanpa keterlibatan manusia, beberapa di antaranya adalah melakukan peningkatan otomatisasi, komunikasi *machine – to - machine*, komunikasi *human – to - machine*, *human to artificial intelegence*, serta pengembangan teknologi berkelanjutan berupa *machine learning*. Menemukan informasi saat ini sangat mudah dilakukan berkat adanya perkembangan teknologi, hal ini membantu para investor dalam mencari berita terkait investasi.

Variabel lain yang dapat mempengaruhi dalam minat investasi pada generasi milenial dan generasi Z yaitu karena adanya kemudahan dan kemajuan teknologi. Dengan hadirnya dunia internet yang lebih *advance* hingga munculnya kemudahan baru berupa munculnya *artificial intelegence* yang lebih mutakhir dapat membantu para investor untuk mengulik dunia investasi dengan mudah, tidak adanya keterbatasan terkait minimnya informasi.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang penulis jadikan dalam referensi pengajuan hipotesis mengenai kemajuan teknologi. Berdasarkan hasil dan kesimpulan jurnal yang sudah dihimpun, penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2021) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh kemajuan teknologi terhadap minat investasi. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Karatiri et al (2021) variabel kemajuan teknologi berpengaruh pada minat investasi generasi milenial saat pandemi Covid-19.

Sesuai dengan pengembangan *theory of behavior planned* yaitu faktor *perceived behavioral control*, kemajuan teknologi yang ada saat ini memudahkan investor dalam mengakses informasi menggunakan *gadget* (Arisaputra & Masdiantini, 2024). Menurut Widiastiti & Yudiantara (2023) dalam *theory of behavior planned* salah satu aspek yang dapat mempengaruhi minat ialah norma subjektif.

H4 : Kemajuan Teknologi berpengaruh secara positif terhadap minat investasi pada generasi Z.

2.4.5 Pengaruh Fomo, Literasi Keuangan, Influencer Sosial Media, dan Kemajuan Teknologi, Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Pada pengajuan hipotesis ini peneliti ingin menguji secara keseluruhan dan secara bersamaan variabel independen yang ada dengan variabel dependennya. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan uji F, uji F digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X1 *Fomo*, variabel X2 literasi keuangan, variabel X3 kemajuan teknologi, variabel X4 *influencer* sosial media secara simultan terhadap variabel Y minat investasi pada generasi Z.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang penulis jadikan dalam referensi pengajuan hipotesis secara simultan ini. Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh Trisnaningsih et al (2022) *influencer* dan literasi keuangan secara bersamaan berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa FEB UBPK. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyani & Sinarwati (2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan dan *influencer* secara bersama-sama

memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa di Kota Denpasar. Ujung et al (2023) kemajuan teknologi dan tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi crypto. Penelitian yang dilakukan oleh Saputri et al (2023) menjelaskan bahwa *Fomo* dan literasi keuangan memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat investasi.

H5: *Fomo*, literasi keuangan, kemajuan teknologi, *influencer* sosial media secara simultan berpengaruh positif terhadap minat investasi pada generasi Z.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian explanatory dengan data kuantitatif. Menurut Sari et al (2023) Pemilihan metode explanatory survey ialah berupaya untuk menjelaskan hubungan kausal (sebab akibat/timbal balik) dan menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Kuantitatif digunakan untuk meneliti pada sampel tertentu, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan, pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, dimana pendekatan ini merupakan statistik yang berguna dalam analisis data dengan penggambaran data yang telah terkumpul tanpa adanya maksud membuat kesimpulan yang bersifat umum atau megeneralisasi.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini diteliti secara survei online menggunakan kuesioner yang dibuat melalui *google form* kemudian peneliti menyebarkannya ke berbagai jejaring sosial media seperti *Instagram, WhatsApp, Telegram, Tiktok, Twitter*, dan lainnya. Penggunaan kuesioner menurut Muhammad (2001) merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan atau daftar isian terhadap objek yang diteliti (Populasi).

Alasan dalam menggunakan penyebaran kuesioner online karena kuesioner online dinilai lebih praktis dan efisien. Peneliti dapat menjangkau lebih banyak responden melalui sosial media, selain itu peneliti tidak perlu bertemu secara langsung dengan narasumber untuk mendapatkan informasi, informasi yang telah

didapat akan langsung terekam dan tersimpan, sehingga hal ini dapat menghemat waktu dan biaya dalam melakukan pengambilan data pada penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu generalisasi yang berisikan objek maupun subyek yang dapat diteliti oleh peneliti yang kemudian akan dijadikan sebagai kesimpulan. Pada penelitian kali ini populasinya adalah masyarakat yang merupakan seorang investor.

Sampel merupakan bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini sampelnya adalah generasi Z yang setidaknya memiliki satu instrumen kegiatan investasi dan pernah melakukan kegiatan investasi maksimal dalam kurun waktu tiga tahun terakhir (2021-2024).

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan cara-cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh sampel-sampel yang dibutuhkan pada penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling* dengan rumus *lemeshow*. Teknik *purposive sampling* merupakan langkah pengambilan sampel dengan beberapa syarat atau pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Kriteria yang ditentukan dalam pengambilan sampel yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Kriteria Sampel

No	Kriteria Sampel
1.	Sampel merupakan generasi z (kelahiran tahun 1997-2012) yang melakukan kegiatan investasi
2.	Memiliki minimal salah satu jenis investasi keuangan (Deposito, emas fisik maupun digital, saham, reksadana, valuta asing, obligasi, aset kripto, properti, <i>forex</i>)
3.	Pernah melakukan kegiatan investasi setidaknya maksimal dalam kurun waktu 3 tahun kebelakang (2021-2024)
4.	Mempunyai <i>influencer</i> sosial media panutan yang membahas seputar investasi

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tidak diketahui secara pasti terkait jumlah investor diberbagai masing-masing instrument keuangan. Maka dari itu sampel dalam penelitian ini akan dihitung menggunakan rumus *lemeshow* dengan nilai *alpha* 10%

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{d^2}$$

Keterangan :

N : Jumlah sampel minimal

Z α : Nilai standar

P : Maksimal estimasi

Q : 1-P

d : *Alpha* atau *sampling error*

Dengan rumus tersebut maka banyaknya jumlah sampel akan diperoleh sebagai berikut:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dengan hasil perhitungan diatas maka peneliti setidaknya membutuhkan 96 responden yang kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Data dan Jenis Data

Jenis data sendiri terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data sekunder didapatkan secara tidak langsung atau dari pihak kedua. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer dan data skunder. Data primer merupakan jenis dan sumber data yang didapatkan langsung dari sumber objek penelitian baik kelompok maupun individu. Secara khusus data primer diperlukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dibutuhkan selama penelitian.

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui *website* www.bappebti.co.id dan www.ksei.com. Dimana data tersebut berupa jumlah investor pasar modal, jumlah investor kripto, dan sebaran demografi investor.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa cara yaitu mulai dari dari memberikan pertanyaan kepada responden melalui penyebaran kuisisioner online, melakukan observasi, dokumentasi dan menggunakan studi

literatur. Kuisisioner menggunakan aplikasi *google form* yang akan disebarakan melalui sosial media seperti *Whatsapp, Instagram, Telegram, Tiktok* dan lainnya. Skala likert digunakan untuk mengukur tanggapan yang diberikan oleh responden. Dengan menggunakan metode ini peneliti dapat melihat tingkat kesetujuan serta ketidaksetujuan dari para responden. Skala ini terdiri dari 5 tingkatan dimulai dari tingkatan paling rendah Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) tingkatan paling tinggi. Tujuan penyebaran kuisisioner ialah untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antar variabel yang digunakan pada penelitian ini.

Studi literatur pada penilitan ini digunakan untuk mendapatkan informasi terkait dengan teori-teori yang ada dan menjadi bahan perbandingan dalam pembahasan. Teknik ini dilakukan dengan mempelajari dan menganalisis berbagai literatur yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Sumber	Skala
1.	Fomo (X1)	1. Reaksi cepat terhadap perubahan harga 2. Mengikuti membeli/menjual suatu instrumen investasi sesuai dengan investor lain, 3. Faktor emosional	(Theressa & Armansyah, 2022) (Juniarti et al., 2024)	Likert
2.	Literasi Keuangan (X2)	1. Pengetahuan keuangan dasar 2. <i>Financial Attitude</i> 3. <i>Financial Behavior</i>	(Arisaputra & Masdiantini, 2024)	Likert

			(Irawati et al., 2022, dalam Yamani & Munir, 2023)	
3.	<i>Influencer</i> Sosial Media (X3)	1. Dapat dipercaya (<i>Thustworthiness</i>) 2. Keahlian dan kemampuan (<i>Expertise</i>)	(Aprilliani & Aquinia, 2024)	Likert
4.	Kemajuan Teknologi (X4)	1. Kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan investasi 2. Ketersediaan fitur yang simple dan mudah dipahami dampak dari kemajuan teknologi 3. Kemudahan dalam mengakses informasi mengenai berbagai instrument investasi	(Yusuf, 2021) (Karatiri et al., 2021) (Arisaputra & Masdiantini, 2024)	Likert
5.	Minat Investasi Pada Generasi Z (Y1)	1. Diawali dengan mengetahui adanya jenis investasi 2. Keinginan mencari tahu seperti membaca buku dan menonton vidio mengenai panduan langkah-langkah berinvestasi sebelum memulai investasi, melihat berita mengenai investasi 3. Tertarik berinvestasi karena informasi yang diperoleh	(Yusuf, 2021) (Gunanti & Mahyuni, 2022) (Karatiri et al., 2021)	Likert

Sumber: Diolah peneliti (2024)

3.8 Analisis Data

Dalam penelitian kali ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji variabel-variabel terikat dengan minat investasi generasi Z. PLS merupakan model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) yang biasa

disebut SEM-PLS. SEM-PLS merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengevaluasi serta memahami hubungan antara variabel laten dalam suatu model struktural, baik untuk keperluan eksplorasi maupun prediksi, pendekatan ini juga tidak mengharuskan data berdistribusi normal, sesuai untuk model struktural yang kompleks, serta dapat diterapkan meskipun jumlah sampel terbatas (Hair et al., 2018). Aplikasi yang digunakan untuk uji statistik SEM-PLS yaitu SmartPLS4.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif yang dijelaskan oleh Karatiri et al (2021) dipergunakan untuk mengetahui banyaknya data yang dapat diproses dan tidak dapat diproses, juga untuk mengetahui mean dan nilai standar deviasi. Adanya analisis ini bertujuan untuk memberikan penjelasan terkait dengan gambaran data yang telah terkumpul dari sampel penelitian serta membantu dalam penarikan kesimpulan pada penelitian yang dilakukan.

3.8.2 Model Pengukuran (Outer Model)

Outer Model digunakan untuk menjelaskan suatu hubungan antar variabel laten dengan indicator. Outer Model terdiri dari:

3.8.2.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali dalam (Negara & Febrianto, 2020) Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya atau valid suatu angket. Acuan yang digunakan pada pengujian validitas yaitu setiap indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Evaluasi validitas konvergen dan diskriminan dalam Partial Least Square Equation Modeling (PLS-

SEM) dapat dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS, yang menyatakan bahwa suatu variabel dikategorikan memiliki validitas tinggi apabila memenuhi kriteria tertentu ketika :

A. Convergent Validity

Validitas konvergen digunakan untuk mengevaluasi keabsahan hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel laten yang diwakilinya, dengan tujuan memastikan bahwa setiap indikator dapat diterima serta mampu menggambarkan variabel laten secara akurat. Pengukuran validitas konvergen dilakukan melalui nilai loading factor. Loading factor dianggap memenuhi standar apabila nilainya lebih dari 0,7.

B. Discriminant Validity

Validitas diskriminan merupakan metode pengujian validitas yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk atau variabel laten memiliki perbedaan yang jelas dengan variabel lainnya. Suatu konstruk atau variabel laten dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan apabila akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar variabel laten lainnya. Nilai AVE yang diharapkan minimal 0,5. Jika nilai $AVE > 0,5$ maka *Discriminant Validity* tercapai.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Adib, Sahal et al (2024) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keakuratan dari masing-masing variabel. Angket dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan memiliki

konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Cahyani & Sinarwati, 2023). Reliabilitas suatu penelitian dapat dilihat dari :

A. Cronbach Alpha

Cronbach's Alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu indikator. Nilai *Cronbach's Alpha* antara 0,6-0,7 dianggap masih dapat diterima dan nilai 0,7-0,9 dianggap memuaskan hingga baik sedangkan 0,95 dinilai bermasalah karena berlebihan (Hair et al., 2018)

B. Composite Reliability

Composite Reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu indikator. Nilai *Composite Reliability* antara 0,6-0,7 masih dapat diterima dianggap dan nilai 0,7-0,9 dianggap memuaskan hingga baik sedangkan 0,95 bermasalah karena dianggap berlebihan. (Hair et al., 2018)

3.8.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Arisaputra & Masdiantini (2024) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat atau tidaknya suatu korelasi antar variabel bebas dalam model regresi yang dihitung sebelumnya. Pengujian dapat dikatakan valid apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10 maka tidak ada masalah pada multikolinearitas. Hasil yang diharapkan dalam pengujian multikolinearitas adalah tidak terjadinya korelasi antar variabel independent

3.8.3 Model Struktural (Inner Model)

3.8.3.1 Uji Path Coefficient

Uji Path Coefficient menurut Ghozali (2016) digunakan untuk memastikan besarnya pengaruh yang diberikan oleh setiap variabel independen pada variabel dependen, selanjutnya, uji rasio jalur digunakan untuk menjelaskan sifat arah hubungan antara variabel, menunjukkan apakah itu positif atau negatif. Nilai koefisien jalur dibatasi dalam kisaran -1 hingga +1. Nilai yang mendekati nilai positif menandakan hubungan yang lebih kuat antara dua konstruksi, sedangkan nilai yang menyimpang ke arah negatif menunjukkan hubungan yang lebih lemah antara konstruks.

3.8.3.2 Uji R-Square

Koefisien determinasi (R Square) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R Square) diharapkan antara 0 dan 1. Chin memberikan kriteria nilai R Square sebesar 0,67, 0,33 dan 0,19 sebagai kuat, moderat, dan lemah (Chin, 1998 dalam Ghozali dan Latan, 2015). Sedangkan Adjusted R Square adalah nilai R Square yang telah dikoreksi berdasarkan nilai standar error. Nilai Adjusted R Square memberikan gambaran yang lebih kuat dibandingkan R Square dalam menilai kemampuan sebuah konstruk exogen dalam menjelaskan konstruk endogen.

3.8.7 Uji Hipotesis

A. Uji Parsial

Uji Hipotesis dilihat dari uji T-test dengan menggunakan metode bootstrapping . Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel apabila t hitung lebih besar dari t tabel berarti diterima. Selain itu juga bisa menggunakan P-Value dalam SEM-PLS. Jika nilai p-Value lebih kecil dari 0,5 maka hipotesis diterima dan begitu juga sebaliknya (Hair et al., 2018).

B. Uji Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dalam SmartPLS dapat dilihat pada hasil Nilai F hitung serta F tabel menggunakan formula

$$F \text{ hit: } \frac{(n-k-1) R^2}{(1-R^2) k}$$

Keterangan:

k = Jumlah variabel independen

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah Sampel

$$F \text{ table : } F_{\alpha} (k, n-k-1)$$

Keterangan :

α = alpha persen (5%)

K = Jumlah variabel independent

N = Jumlah Sampel

Jika hasil menunjukkan F hitung lebih besar dari F tabel maka hipotesis diterima.

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Peneliti berhasil menghimpun 120 responden, namun peneliti hanya dapat menggunakan 100 responden untuk diteliti. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa beberapa item kuesioner yang tidak diisi oleh para responden (incomplete response), terdapat responden yang mengisi lebih dari 1 jawaban (multiple answers). Adapun gambaran umum terkait 100 responden tersebut yaitu jenis kelamin, tempat tinggal, usia, lama berinvestasi, investasi yang dimiliki, dan influencer sosial media yang diikuti di sosial media.

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Para Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	46	46%
Perempuan	54	54%

Sumber : Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 46 responden dengan presentase sebesar 46%. Responden berjenis kelamin perempuan memiliki jumlah terbesar sebanyak 54 responden dengan presentase 54%.

Tabel 4.2
Usia Para Responden

Usia	Jumlah	Presentase
18	1	1%
19	3	3%
20	11	11%
21	33	33%
22	30	30%
23	15	15%
24	3	3%
25	2	2%
26	0	0%
27	1	1%
28	0	0%
29	1	1%

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa banyaknya responden yang berusia dengan rentang 18-22 sebanyak 78 dengan presentase sebesar 78%, sehingga karakteristik pada golongan usia ini menjadi yang terbanyak. Responden dengan rentang usia 23-26 sebanyak 20 orang dengan presentase sebesar 20%. Adapun responden dengan rentang usia 27-29 sebanyak 2 orang dengan presentase sejumlah 2%.

Tabel 4.3
Tahun Terakhir Responden Berinvestasi

Terakhir Berinvestasi	Jumlah	Presentase
2021	15	15%
2022	14	14%
2023	28	28%
2024	43	43%

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden terakhir kali berinvestasi pada tahun 2024 dengan jumlah sebanyak 43 dengan presentase 43%, kemudian disusul dengan tahun 2023 sebanyak 28%. Responden

yang menjawab terakhir berinvestasi pada tahun 2021 dan 2022 sebanyak 29 orang dengan presentase 29%.

Tabel 4.4
Investasi yang Dimiliki Responden

Investasi yang dimiliki	Jumlah	Persentase
Emas	24	20,5%
Saham	28	23,9%
Crypto	22	18,8%
Forex	10	8,5%
Obligasi	4	3,4%
Reksadana	22	18,8%
Deposito	7	6%

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Pada pertanyaan kali ini terdapat beberapa responden yang memang memiliki berbagai jenis instrument investasi, sehingga jumlahnya tidak sama dengan jumlah responden. Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Saham menjadi instrument investasi yang paling banyak digunakan untuk investasi bagi para responden sebanyak 28 orang dengan 23,9%. Emas menjadi favorit kedua setelah saham yang berjumlah 24 orang dengan presentase 20,5%, emas disini terbagi menjadi emas fisik dan emas digital namun peneliti gabungkan menjadi satu. Responden yang menggunakan crypto atau reksadana sebagai instrument investasinya berjumlah 22 orang dengan persentase sebanyak 18,8%. Responden yang menggunakan forex sebanyak 10 orang atau sebesar 8,5%, deposito sebanyak 7 orang atau 6%, dan yang terakhir obligasi sebanyak 4 orang atau 3,4%.

4.1.1.1 Uji Statistik Deskriptif Berdasarkan Jawaban Responden

Jawaban yang didapat memiliki skor dengan rentang 1-5 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Setelah data terkumpul data tersebut akan dihitung

setiap variabel dengan masing masing indikatornya. Penelitian kali ini terdapat 5 variabel yang terdiri dari 4 variabel independen yaitu Fomo (X1), literasi keuangan (X2), influencer sosial media (X3), kemajuan teknologi (X4), serta 1 variabel dependen yaitu minat investasi generasi Z (Y).

Variabel Fomo (X1) terdiri dari 5 indikator yaitu Saya melakukan kegiatan investasi karena mengikuti perkembangan trend yang ada (X1.1), Saya merasa cemas jika suatu harga komoditas tiba-tiba meningkat atau menurun signifikan (X1.2), Saya cenderung mengambil tindakan membeli atau menjual ketika sedang terjadi kenaikan atau penurunan harga secara signifikan (X1.3), Saya membeli atau menjual suatu komoditas berdasarkan trend yang sedang viral atau ramai diperbincangkan disosial media terkait komoditas tersebut (X1.4), Saya merasa takut kehilangan peluang investasi saat terjadinya suatu trend yang mungkin dapat menguntungkan bagi saya (X1.5).

Tabel 4.5

Deskripsi Variabel Fomo (X1)

Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
X1.1	2	5	15	58	20	3.89
X1.2	0	6	13	46	35	4.1
X1.3	2	3	13	49	33	4.08
X1.4	2	9	20	55	14	3.7
X1.5	0	3	17	49	31	4.08

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa pada variabel Fomo (X1) yang memiliki mean tertinggi yaitu "Saya merasa cemas jika suatu harga komoditas tiba-tiba meningkat atau menurun signifikan" (X1.2). Setelah itu disusul oleh 2 indikator yang memiliki nilai mean yang sama yaitu "Saya cenderung

mengambil tindakan membeli atau menjual ketika sedang terjadi kenaikan atau penurunan harga secara signifikan” (X1.3) dan ”Saya merasa takut kehilangan peluang investasi saat terjadinya suatu trend yang mungkin dapat menguntungkan bagi saya” (X1.5). ”Saya membeli atau menjual suatu komoditas berdasarkan trend yang sedang viral atau ramai diperbincangkan disosial media terkait komoditas tersebut” (X1.4) indikator ini memiliki mean terendah pada variabel Fomo.

Variabel literasi keuangan (X2) memiliki 5 indikator yaitu Rencana dan penganggaran keuangan merupakan hal yang penting sebelum memulai investasi (X2.1), Berinvestasi dapat mengurangi risiko inflasi terhadap uang yang saya miliki(X2.2), Saya akan berinvestasi menggunakan uang dingin (X2.3), Saya mengetahui cara dan proses melakukan investasi (X2.4), Banyak manfaat yang saya peroleh ketika saya melakukan pengelolaan keuangan dengan baik (X2.5).

Tabel 4.6

Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X2)

Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
X2.1	0	0	8	33	59	4.51
X2.2	0	0	19	38	43	4.24
X2.3	0	2	13	34	51	4.34
X2.4	0	1	28	39	32	4.02
X2.5	0	1	8	30	61	4.51

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa pada variabel literasi keuangan (X2) yang memiliki mean tertinggi yaitu ”Rencana dan penganggaran keuangan merupakan hal yang penting sebelum memulai investasi” (X2.1), dan ”Banyak manfaat yang saya peroleh ketika saya melakukan pengelolaan keuangan dengan baik” (X2.5) dimana kedua indikator tersebut sama-sama mendapatkan

mean 4.51. Saya akan berinvestasi menggunakan uang dingin (X2.3) berada setelah kedua mean tertinggi tersebut dengan nilai 4.34. Indikator dengan mean terendah pada variabel literasi keuangan (X2) yaitu Saya mengetahui cara dan proses melakukan investasi (X2.4) dengan mean 4.02.

Variabel influencer sosial media (X3) memiliki 5 indikator yaitu " Saya berinvestasi karena termotivasi dari influencer sosial media yang mempunyai pengetahuan dan keahlian berinvestasi" (X3.1), " Saya merasa bahwa influencer yang saya ikuti memiliki kesamaan cara dengan analisis saya" (X3.2), " Saya merasa bahwa informasi yang diberikan oleh influencer yang saya ikuti merupakan sebuah informasi yang terbaik" (X3.3), "Informasi yang saya dapatkan dari influencer yang saya ikuti akan langsung saya gunakan sebagai dasar untuk berinvestasi tanpa melakukan analisis ulang apabila informasi tersebut berhubungan dengan instrumen investasi yang saya sukai" (X3.4), "Saya percaya bahwa influencer sosial media yang saya ikuti telah melakukan riset terlebih dahulu sebelum menyampaikan suatu informasi terkait investasi" (X3.5).

Tabel 4.7

Deskripsi Variabel Influencer Sosial Media (X3)

Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
X3.1	1	2	22	49	26	3.97
X3.2	0	2	28	52	18	3.86
X3.3	0	2	31	48	19	3.84
X3.4	1	4	29	50	16	3.76
X3.5	1	0	23	52	24	3.98

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa pada variabel influencer sosial media (X3) yang memiliki mean tertinggi yaitu "Saya percaya

bahwa influencer sosial media yang saya ikuti telah melakukan riset terlebih dahulu sebelum menyampaikan suatu informasi terkait investasi” (X3.5) dengan mean 3.98, kemudian disusul dengan ” Saya berinvestasi karena termotivasi dari influencer sosial media yang mempunyai pengetahuan dan keahlian berinvestasi” (X3.1) dengan mean sebesar 3.97. Adapun mean terendah pada variabel ini terletak pada ”Informasi yang saya dapatkan dari influencer yang saya ikuti akan langsung saya gunakan sebagai dasar untuk berinvestasi tanpa melakukan analisis ulang apabila informasi tersebut berhubungan dengan instrumen investasi yang saya sukai” (X3.4).

Variabel kemajuan teknologi (X4) memiliki 5 indikator yaitu “Kemajuan teknologi membuat proses investasi menjadi lebih mudah dan nyaman bagi saya” (X4.1), “Saya dapat melakukan analisis secara teknikal dan fundamental dengan mudah berkat adanya kemajuan teknologi” (X4.2), “Fitur-fitur yang simple dan mudah dipahami pada platform investasi online memudahkan saya dalam mengambil keputusan investasi” (X4.3), “Saya merasa kemajuan teknologi mempermudah saya dalam mendapatkan informasi mengenai berbagai jenis instrumen investasi” (X4.4), “Saya dapat dengan mudah mengakses data dan informasi terkini mengenai instrumen investasi yang saya minati berkat teknologi” (X4.5).

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel Kemajuan Teknologi (X4)

Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
X4.1	0	0	6	31	63	4.57
X4.2	0	2	9	44	45	4.32
X4.3	0	1	7	49	43	4.34
X4.4	0	0	4	49	47	4.43
X4.5	0	1	7	49	43	4.34

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa pada variabel kemajuan teknologi (X4) yang memiliki mean tertinggi yaitu “Kemajuan teknologi membuat proses investasi menjadi lebih mudah dan nyaman bagi saya” (X4.1) dengan mean sebesar 4.57, kemudian disusul dengan “Saya merasa kemajuan teknologi mempermudah saya dalam mendapatkan informasi mengenai berbagai jenis instrumen investasi” (X4.4) dengan mean sebesar 4.43. Adapun “Saya dapat melakukan analisis secara teknikal dan fundamental dengan mudah berkat adanya kemajuan teknologi” (X4.2) memiliki nilai mean terendah pada variabel ini dengan mean 4.32.

Variabel minat investasi generasi Z (Y) memiliki 5 indikator yaitu “Saya akan bertanya tentang investasi ke orang yang sudah memiliki pengalaman” (Y1.1), “Saya termotivasi untuk belajar dan menggali informasi terkait investasi baik secara membaca artikel atau menonton video edukasi investasi” (Y1.2), “Sebelum berinvestasi, saya selalu melakukan analisis yang mendalam terkait dengan instrument investasi yang akan saya investasikan” (Y1.3), “Saya termotivasi berinvestasi karena ingin mendapatkan keuntungan” (Y1.4), “Saya akan berinvestasi di waktu yang akan datang” (Y1.5).

Tabel 4.9
Deskripsi Variabel Minat Investasi Generasi Z (Y)

Item	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean
Y1.1	0	0	11	42	47	4.36
Y1.2	0	0	10	49	41	4.31
Y1.3	0	0	12	45	43	4.31
Y1.4	0	0	6	47	47	4.41
Y1.5	1	0	7	48	49	4.34

Sumber: Diolah peneliti

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa pada variabel minat investasi generasi Z (Y) yang memiliki mean tertinggi yaitu ” “Saya termotivasi berinvestasi karena ingin mendapatkan keuntungan” (Y1.4) dengan mean sebesar 4.41, selanjutnya disusul oleh “Saya akan bertanya tentang investasi ke orang yang sudah memiliki pengalaman” (Y1.1) dengan mean 4.36. Pada variabel ini mean terendah berada pada), “Saya termotivasi untuk belajar dan menggali informasi terkait investasi baik secara membaca artikel atau menonton video edukasi investasi” (Y1.2), dan “Sebelum berinvestasi, saya selalu melakukan analisis yang mendalam terkait dengan instrument investasi yang akan saya investasikan” (Y1.3) dengan nilai mean sama-sama 4.31.

4.1.2. Uji Model Pengukuran (Outer Model)

4.1.2.1 Uji Validitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

	X1	X2	X3	X4	Y1
X1.1	0.840				
X1.2	0.831				
X1.3	0.784				
X1.4	0.784				
X1.5	0.773				

X2.1		0.722			
X2.2		0.733			
X2.3		0.715			
X2.4		0.729			
X2.5		0.757			
X3.1			0.804		
X3.2			0.841		
X3.3			0.828		
X3.4			0.809		
X3.5			0.791		
X4.1				0.844	
X4.2				0.841	
X4.3				0.797	
X4.4				0.811	
X4.5				0.752	
Y1.1					0.764
Y1.2					0.809
Y1.3					0.756
Y1.4					0.705
Y1.5					0.719

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui semua nilai konstruk berada diatas 0,7 sehingga masing-masing indikator pada variabel Fomo, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi, dan minat investasi generasi Z memiliki nilai yang sangat signifikan karena loading factor dianggap memenuhi standar apabila nilainya lebih dari 0,7.

Tabel 4.11
Hasil Discriminant Validity Fornell Lacker

	X1	X2	X3	X4	Y1
X1	0.803				
X2	0.490	0.731			
X3	0.474	0.483	0.815		
X4	0.392	0.697	0.381	0.809	
Y1	0.587	0.684	0.480	0.622	0.751

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik (Fornell dan Larker, 1981 dalam Wong, 2013). Berdasarkan tabel Formell-Lacker diatas maka dapat diketahui bahwa nilai discriminant validity setiap variabel sudah valid, hal ini dikarenakan nilai akar setiap variabel lebih besar daripada variabel yang lain.

Tabel 4.12
Hasil Uji Discriminant Validity HTMT

	X1	X2	X3	X4	Y1
X1					
X2	0.596				
X3	0.548	0.585			
X4	0.447	0.840	0.433		
Y1	0.697	0.846	0.568	0.734	

Sumber: Diolah peneliti (2025)

HTMT merupakan metode alternatif yang direkomendasikan untuk menilai validitas diskriminan. Metode ini menggunakan multitrait-multimethod matrix sebagai dasar pengukuran. Nilai HTMT harus kurang dari 0,9 untuk memastikan

validitas diskriminan antara dua konstruk reflektif (Henseler dkk., 2015). Tabel HTMT diatas menunjukkan bahwa semua nilai HTMT $< 0,9$ maka dapat dinyatakan bahwa semua konstruk telah valid secara validitas diskriminan berdasarkan perhitungan HTMT.

4.1.2.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.13

Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho a)	Keterangan
X1	0.863	0.873	Reliaebel
X2	0.783	0.785	Reliabel
X3	0.873	0.876	Reliabel
X4	0.868	0.873	Reliabel
Y1	0.807	0.813	Reliabel

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa variabel Fomo memiliki Cronbahe's alpha 0.863 dan composite reliability 0.873 sehingga dikatakan reliabel, variabel literasi keuangan memiliki Cronbahe's alpha 0.783 dan composite reliability 0.785 sehingga dikatakan reliabel, variabel influencer sosial media memiliki Cronbahe's alpha 0.873 dan composite reliability 0.876 sehingga dikatakan reliabel, variabel kemajuan teknologi memiliki Cronbahe's alpha 0.868 dan composite reliability 0.873 sehingga dikatakan reliabel, variabel minat investasi generasi Z memiliki Cronbahe's alpha 0.807 dan composite reliability 0.813 sehingga dikatakan reliabel.

4.1.2.3 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinearitas VIF

	VIF
X1.1	2.193
X1.2	1.993

X1.3	1.769
X1.4	1.955
X1.5	1.810
X2.1	1.629
X2.2	1.537
X2.3	1.370
X2.4	1.528
X2.5	1.660
X3.1	1.886
X3.2	2.247
X3.3	2.146
X3.4	2.129
X3.5	1.862
X4.1	2.107
X4.2	2.396
X4.3	2.096
X4.4	1.980
X4.5	1.656
Y1.1	1.724
Y1.2	2.005
Y1.3	1.941
Y1.4	1.718
Y1.5	1.716

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Asumsi atau syarat yang harus dipenuhi dalam analisis outer model adalah tidak terdapat masalah multikolinearitas, yaitu masalah dimana terdapat interkorelasi atau saling korelasi kuat antar indikator. Berdasarkan tabel Outer VIF diatas, menunjukkan bahwa semua indikator mempunyai nilai $VIF < 5$ sehingga semua indikator tidak mengalami masalah multikolinearitas.

4.1.3 Model Struktural (Inner Model)

4.1.3.1 Uji Path Coefficient

Tabel 4.15

Hasil Uji Path Coefficient

	Y1
X1	0.286
X2	0.329
X3	0.092
X4	0.246

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai variabel Fomo memiliki nilai positif dengan nilai 0.286, literasi keuangan memiliki nilai positif dengan nilai 0.329, influencer sosial media memiliki nilai positif dengan nilai 0.092, kemajuan teknologi memiliki nilai positif dengan nilai 0.246

4.1.3.2 Uji R Square

Tabel 4.16

Hasil Uji R-Square

	R Square	Adjusted R Square
Y1	0.590	0.572

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai variabel Fomo, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi memiliki nilai R Square sebesar 0.590 dengan kategori moderat sampai dengan kuat. Dengan kata lain variabel Fomo, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi memiliki pengaruh terhadap minat investasi generasi Z sebesar 59%, adapun 41% sisanya dipengaruhi oleh hal lain.

4.1.3.3 Uji Hipotesis

Tabel 4.17

Hasil Uji Path Coefficient

	T statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
X1 -> Y1	2.215	0.013	Accepted
X2 -> Y1	3.064	0.001	Accepted
X3 -> Y1	0.961	0.168	Rejected
X4 -> Y1	2.128	0.017	Accepted

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas guna mengukur suatu variabel dapat dikatakan signifikan nilai P values harus berada < 0.5 . Maka dapat dikatakan bahwa hasil hipotesis dengan variabel Fomo memiliki nilai 0.013 dengan nilai positif signifikan. Hipotesis kedua variabel literasi keuangan memiliki nilai P values 0.001 dengan arah positif signifikan. Hipotesis ketiga variabel influencer sosial media memiliki nilai P values 0.168 dengan arah positif, namun tidak memenuhi standar signifikan karena nilai P values lebih besar dari 0.05. Hipotesis ke empat variabel kemajuan teknologi memiliki nilai P values 0.017 dengan arah positif signifikan.

$$F \text{ hit: } \frac{(n-k-1) R^2}{(1-R^2) k}$$

Keterangan:

k = Jumlah variabel independen

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah Sampel

$$F \text{ hit: } \frac{(100-4-1) 0,59}{(1-0,59) 4}$$

$$= 34,17$$

$$F \text{ tabel : } F_{\alpha} (k \ n-k-1)$$

Keterangan :

α = alpha persen (5%)

K = Jumlah variabel independent

N = Jumlah Sampel

$$F \text{ tabel : } (4 \ 100-4-1)$$

$$= 19,75$$

Berdasarkan rumus dan perhitungan diatas mengenai F hitung dengan F tabel maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar $34,17 > F$ tabel sebesar 19,75. Dimana variabel Fomo, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi secara bersama sama mempengaruhi minat investasi generasi Z.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Fomo Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan yaitu Fomo berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z diterima. Hal ini ditunjukkan dengan nilai P value 0.013 berpengaruh positif. Artinya semakin tinggi angka atau individu yang memiliki sikap Fomo akan semakin tinggi pula minat investasi generasi Z. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputri et al (2023) yang menjelaskan bahwa *Fomo* dan literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan

terhadap minat investasi. Hasil penelitian dari Goeyana & Marlina (2024) menyebutkan bahwa keputusan investasi pada generasi Z dipengaruhi oleh *Fomo*. Kecenderungan untuk mengikuti tren dan mengikuti tindakan kelompok atau individu lain yang dianggap lebih ahli dalam investasi akan meningkatkan minat investasi seseorang. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan *Theory Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh suatu intensi, salah satunya yaitu norma subjektif atau *subjective norm*.

Terdapat keselarasan secara implisit antara *Fomo* dengan ayat Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 148. Ayat ini mengajak kita menjadikan *Fomo* sebagai motivasi untuk berlomba-lomba dalam amal saleh.

قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾ شَيْءٍ كُلِّ عَلَى اللَّهِ إِنَّ جَمِيعًا اللَّهُ بِكُمْ يَأْتِ تَكُونُوا مَا آيِنَ الْخَيْرَاتِ فَاسْتَنْبُوا مُوَلِّيَهَا هُوَ وَجْهَةٌ وَلَكُلِّ

“Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu” (QS Al-Baqarah: 148).

4.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang diajukan yaitu literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z diterima. Hal ini ditunjukkan dengan nilai P value 0.001 bernilai positif signifikan. Artinya semakin tinggi angka atau individu yang memiliki serta menerapkan sikap literasi keuangan akan semakin tinggi pula minat investasi generasi Z. Hal ini sejalan dengan hasil

yang dilakukan oleh Yamani & Munir (2023) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi, Penelitian yang dilakukan oleh Juniarti et al (2024) juga menyebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (Minat investasi generasi Z). Hasil dari (Cahyani & Sinarwati, 2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di Denpasar. Terdapat perbedaan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh S & Aisyah (2023) dimana literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi Z.

Hasil dari penelitian ini diperkuat dengan adanya *Theory Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh suatu intensi, salah satunya yaitu sikap atau *attitude toward behavior*. Generasi muda yang memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan yang baik akan meningkatkan minat untuk berinvestasi dan sebaliknya generasi kurang berpengetahuan dalam literasi keuangan maka tidak terlalu berminat dalam berinvestasi (Cahyani & Sinarwati, 2023). Menurut Juniarti et al (2024) Di zaman yang serba canggih dan modern ini makin banyak juga berbagai macam cara penipuan yang dilakukan, maka dari itu beberapa generasi milenial dan generasi z menyaring pengetahuan sebelum berinvestasi agar tidak terjerat dengan kasus penipuan yang sedang marak seperti saat ini.

Menuntut ilmu bagi kaum muslim hukumnya ialah wajib. Pengetahuan yang dimiliki seseorang akan menjadikannya lebih bijaksana dalam membuat keputusan. Hal ini tercermin dalam QS. Ali Imran ayat 18, yang menyatakan bahwa orang-orang berilmu menjadi saksi bahwa hanya Allah SWT yang pantas disembah.

Kebijaksanaan dalam meyakini dan mengimani keesaan Allah SWT menjadikan orang-orang berilmu diberi tanggung jawab besar oleh Allah SWT.

﴿ الْحَكِيمُ الْعَزِيزُ هُوَ إِلَّا إِلَهَ لَا بِالْقِسْطِ ۖ قَابِئًا الْعِلْمِ وَأُولُوا وَالْمَلِكَةُ هُوَ إِلَّا إِلَهَ لَا أَنَّهُ اللَّهُ شَهِدَ ۖ﴾

“Allah menyatakan bahwasanya tidak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), Yang menegakkan keadilan. Para Malaikat dan orang-orang yang berilmu (juga menyatakan yang demikian itu). Tak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana” (QS. Ali Imran: 18).

4.2.3 Pengaruh Influencer Sosial Media Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan yaitu *influencer* sosial media tidak berpengaruh terhadap minat investasi generasi Z. Hal ini ditunjukkan dengan nilai P value > 0.05. Artinya, tinggi rendahnya *influencer* sosial media tidak mempengaruhi minat investasi generasi Z, dengan begitu pengajuan hipotesis ketiga yang diajukan ditolak. Terdapat persamaan hasil dalam penelitian yang dilakukan Adib, Sahal et al (2024) yang menjelaskan bahwa variabel *bandwagon effect* tidak berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi muda. Terdapat perbedaan hasil pada Arianti & Devi (2023) dimana *social media influencer*, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal. Hasil yang berbeda juga ditemukan pada Trisnarningsih et al (2022) Kedua variabel yang digunakan berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Cahyani & Sinarwati (2023) juga menjelaskan *social media influencer* berpengaruh positif terhadap minat Investasi Mahasiswa di Kota Denpasar

Berdasarkan temuan hasil dari penelitian ini maka hal ini tidak selaras dengan konsep *Theory Of Planned Behavior* khususnya pada aspek norma subjektif atau *subjective norm*. Salah satu penyebab bandwagon effect tidak memengaruhi minat investasi pada generasi muda yaitu, generasi muda memiliki pengetahuan investasi yang mempuni (Adib, Sahal et al 2024) . Pengetahuan investasi akan mendasari seseorang untuk mengambil keputusan dalam menggunakan uangnya untuk berinvestasi atau lainnya. Berdasarkan indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel influencer sosial media yaitu dapat dipercaya (*Thustworthiness*), keahlian dan kemampuan (*Expertise*) dinilai kurang mewakili pilihan para responden. Hal tersebut dapat dilihat dari rendahnya nilai mean dari X3.1, X3.2, X3.3, X3.4, X3.5.

Kehadiran *influencer* di media sosial memberikan manfaat bagi banyak orang karena informasi dapat diperoleh dengan mudah. Namun, banyaknya kasus penyebaran berita palsu melalui media sosial menuntut masyarakat untuk bersikap selektif dalam menerima informasi. Islam pun mengajarkan umatnya agar selalu memverifikasi kebenaran dari setiap informasi yang diterima. Hal ini bertujuan untuk mengurangi kemungkinan penyesalan di masa mendatang.

﴿۞ نَدْمِينَ فَعَلْتُمْ مَا عَلَىٰ فَنُصِبْخُوا بِجَهَالَةٍ ۖ قَوْمًا نُّصِيبُوا أَنْ فَنَنْبِئُوهُنَّ بِنَبَأٍ فَاسِقٌ جَاءَكُمْ أَنْ أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu” (QS. Al-Hujarat: 6).

4.2.4 Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa hipotesis ke-empat yang diajukan yaitu kemajuan teknologi berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z diterima. Hal ini ditunjukkan dengan nilai P value 0.017 bernilai positif signifikan. Artinya semakin tinggi angka kemajuan teknologi maka akan semakin tinggi pula minat investasi generasi Z. Hal ini sejalan dengan penelitian Yusuf (2021) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh kemajuan teknologi terhadap minat investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Karatiri et al (2021) variabel kemajuan teknologi pengaruh pada minat investasi generasi milenial saat pandemi Covid-19. Arisaputra & Masdiantini (2024) menjelaskan kemajuan teknologi berpengaruh terhadap minat investasi generasi Y. Ujung et al (2023) juga memiliki hasil yang sama yaitu kemajuan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat investasi crypto. Terdapat perbedaan hasil dari penelitian Ainiyah & Indrarini (2022) kemajuan teknologi tidak berpengaruh terhadap minat investasi di reksadana pada generasi Z kota Surabaya.

Hasil dari penelitian ini diperkuat dengan adanya *Theory Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh suatu intensi, salah satunya yaitu kontrol perilaku atau *perceive behavior control*. Menurut Yusuf (2021) Pertumbuhan persentase investor yang meningkat dengan baik salah satunya karena kemudahan dan kenyamanan yang tersedia bagi investor untuk melakukan investasi, hal tersebut didorong oleh perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga memudahkan dalam melakukan investasi. kemajuan teknologi yang

dibawa oleh perusahaan sekuritas dapat memudahkan generasi milenial untuk berinvestasi di pasar modal seperti melakukan perdagangan online (trading online) atau memperoleh informasi pasar modal melalui media sosial (Karatiri et al 2021).

Pemanfaatan teknologi digunakan untuk memberikan kemudahan bagi umat manusia, hal ini secara implisit dijelaskan dalam Al-Quran yaitu pada surah Al-A'la ayat 8. Allah SWT telah memberikan kemudahan-kemudahan melalui kemajuan teknologi yang ada.

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ ۗ

“Kami akan melapangkan bagimu jalan kemudahan (dalam segala urusan)” (QS Al-A'la: 8).

4.2.5 Pengaruh *Fomo*, Literasi Keuangan, *Influencer* Sosial Media, dan Kemajuan Teknologi, Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Hasil dari pengajuan hipotesis ke lima yaitu Pengaruh Fomo, literasi keuangan, *influencer* sosial media, dan kemajuan teknologi, terhadap minat investasi generasi Z dapat dilihat dari perhitungan yang memperoleh nilai F hitung lebih besar dari T tabel dengan nilai sebesar bahwa nilai F hitung sebesar 34,17 > F tabel sebesar 19,75. Dimana variabel Fomo, literasi keuangan, *influencer* sosial media, kemajuan teknologi secara bersama sama atau simultan mempengaruhi minat investasi generasi Z, dengan demikian hipotesis kelima diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan adjusted R-square maka dapat diketahui bahwa nilai variabel Fomo, literasi keuangan, *influencer* sosial media, kemajuan teknologi memiliki nilai R Square sebesar 0.590 dengan kategori moderat sampai

dengan kuat. Dengan kata lain variabel Fomo, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi memiliki pengaruh terhadap minat investasi generasi Z sebesar 59%, adapun 41% sisanya dipengaruhi oleh hal lain yang tidak diteliti pada penelitian kali ini.

Hal ini sejalan dengan hasil dan kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh Trisnaningsih et al (2022) Variabel influencer sosial media dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyani & Sinarwati (2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan dan social media influencer berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap minat Investasi Mahasiswa di Kota Denpasar. Hasil dari penelitian Ujung et al (2023) kemajuan teknologi dan tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi crypto. Penelitian yang dilakukan oleh Saputri et al (2023) yang menjelaskan bahwa *Fomo* dan literasi keuangan memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat investasi. Hasil dari penelitian ini diperkuat dengan adanya *Theory Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh suatu intensi, adapun intensi tersebut ialah norma subjektif atau *subjective norm*, sikap atau *attitude toward behavior*, dan kontrol perilaku atau *perceive behavior control*.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini terdiri dari variabel Fomo (X1), literasi keuangan (X2), influencer sosial media (X3), kemajuan teknologi (X4), dan minat investasi generasi Z (Y).

1. Fomo berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z. Artinya semakin tinggi angka atau individu yang memiliki sikap Fomo akan semakin tinggi pula minat investasi generasi Z. Hal ini dikarenakan terdapat kecenderungan untuk mengikuti tren dan mengikuti tindakan kelompok atau individu lain yang dianggap lebih ahli dalam investasi akan meningkatkan minat investasi seseorang.
2. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z. Artinya semakin tinggi angka atau individu yang memiliki serta menerapkan sikap literasi keuangan akan semakin tinggi pula minat investasi generasi Z. Generasi muda yang memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan yang baik akan meningkatkan minat untuk berinvestasi dan sebaliknya generasi kurang berpengetahuan dalam literasi keuangan maka tidak terlalu berminat dalam berinvestasi.
3. *Influencer* sosial media tidak berpengaruh terhadap minat investasi generasi Z. Hal ini ditunjukkan dengan nilai P value > 0.05 . Artinya, tinggi rendahnya *influencer* sosial media tidak mempengaruhi minat investasi generasi Z. Salah satu penyebab bandwagon effect tidak memengaruhi minat investasi pada generasi muda yaitu, generasi muda memiliki pengetahuan investasi

yang mumpuni. Pengetahuan investasi akan mendasari seseorang untuk mengambil keputusan dalam menggunakan uangnya untuk berinvestasi atau lainnya

4. Kemajuan teknologi berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z. Artinya semakin tinggi angka kemajuan teknologi maka akan semakin tinggi pula minat investasi generasi Z. Pertumbuhan persentase investor yang meningkat dengan baik salah satunya karena kemudahan dan kenyamanan yang tersedia bagi investor untuk melakukan investasi, hal tersebut didorong oleh perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga memudahkan dalam melakukan investasi. kemajuan teknologi yang dibawa oleh perusahaan sekuritas dapat memudahkan generasi Z untuk berinvestasi di pasar modal seperti melakukan perdagangan online (trading online) atau memperoleh informasi pasar modal melalui media sosial
5. Fomo, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi secara bersama sama atau simultan mempengaruhi minat investasi generasi Z. Variabel Fomo, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi memiliki nilai R Square sebesar 0.590 dengan kategori moderat sampai dengan kuat. Dengan kata lain variabel Fomo, literasi keuangan, influencer sosial media, kemajuan teknologi memiliki pengaruh terhadap minat investasi generasi Z sebesar 59%, adapun 41% sisanya dipengaruhi oleh hal lain yang tidak diteliti pada penelitian kali ini.

5.2 Saran

1. Bagi para anak muda khususnya generasi Z hendaknya mengurangi sikap Fomo dalam melakukan kegiatan investasi, terlebih berinvestasi hanya berlandaskan sikap *fomo* tanpa didasari literasi keuangan. Investor generasi Z harus memiliki pengetahuan literasi keuangan sebagai dasar sebelum berinvestasi
2. Bagi para peneliti selanjutnya dapat mengembangkan juga menggunakan variabel-variabel yang berbeda serta menambahkan hipotesis yang lainnya, karena berdasarkan uji R-Square keempat variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggambarkan 59% adapun 41% sisanya dipengaruhi oleh hal lain yang tidak diteliti pada penelitian kali ini.
3. Pemerintah melalui lembaga terkait seperti OJK, BI, dan Kominfo dapat mengencarkan penyelenggaraan edukasi dan sosialisasi mengenai literasi keuangan kepada generasi Z. Edukasi ini dapat dikemas melalui media sosial, webinar interaktif, maupun kolaborasi dengan influencer yang kredibel agar materi yang disampaikan lebih menarik dan mudah dipahami.
4. Para influencer di media sosial yang membahas topik keuangan dan investasi diharapkan dapat lebih bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi. Influencer sebaiknya hanya membagikan konten yang akurat, berdasarkan data yang valid, serta bersumber dari otoritas resmi seperti OJK, BEI, atau lembaga keuangan terpercaya lainnya. Penyampaian

informasi investasi juga sebaiknya disertai dengan penjelasan mengenai risiko yang mungkin terjadi, bukan hanya potensi keuntungan semata.

5. Perusahaan sekuritas maupun platform investasi aset kripto disarankan untuk terus meningkatkan transparansi dan edukasi kepada penggunanya, khususnya investor dari kalangan Generasi Z. Penyedia layanan investasi perlu menghadirkan fitur edukatif dalam aplikasi mereka, seperti simulasi investasi, video pembelajaran, artikel edukasi, dan kuis interaktif agar investor pemula dapat memahami instrumen investasi dengan lebih baik sebelum membuat keputusan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian dilakukan dalam satu periode waktu tertentu (cross-sectional), sehingga tidak mampu menangkap perubahan perilaku atau minat investasi Generasi Z secara dinamis dari waktu ke waktu.
2. Waktu pelaksanaan yang terbatas membuat peneliti tidak dapat melakukan wawancara lanjutan atau validasi mendalam terhadap jawaban responden.
3. Keterbatasan sumber daya juga membatasi cakupan distribusi kuesioner ke wilayah yang lebih luas.
4. Penelitian ini hanya mencakup Generasi Z yang telah atau sedang melakukan investasi dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Hal ini menyebabkan hasil penelitian belum dapat digeneralisasi untuk generasi lain atau calon investor yang belum memulai investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, Sahal, A., Usman, O., & Rahmi. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Kripto Pada GEnerasi Muda. *Neraca (Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi)*, 1192, 103–128.
- Ainiyah, N., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Motivasi Investasi dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Berinvestasi di Reksadana Syariah pada Generasi Z Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islami*, 5(22), 80–94. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jeif>
- Arianti, G. A. T., & Devi, S. (2023). Pengaruh Social Media Influencer, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri Dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(03), 631–641. <https://doi.org/10.23887/jimat.v14i03.62162>
- Arisaputra, I. K. B., & Masdiantini, P. R. (2024). MINAT INVESTASI PADA GENERASI Y (Studi Kasus Pada Generasi Y Kabupaten Buleleng). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, Vol 15 No.
- Basuki, R. (2021). *Generasi “Milenial” Dan Generasi “Kolonial.”* Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknlpontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html>
- Cahyani, I. D. A. ., & Sinarwati, N. . (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiwa di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi SInergi (JES)*, Volume 7 N, 134–143.
- Goeyana, A., & Marlina, M. A. E. (2024). Financial Literacy and Risk Perception: the Key To Understanding the Relationship Between Fomo and Investment Decisions. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 9(1), 46–59. <https://doi.org/10.29303/jaa.v9i1.433>
- Gunanti, A. Mahyuni, L. (2022). Minat investasi generasi milenial di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(3), 425. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.10344>
- Gunanti, A. A. I. I. P., & Mahyuni, L. P. (2022). Minat Investasi Generasi Milenial di Bursa Efek Indonesia. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(3), 425–437. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.10344>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

- Juniarti, S., Oebit, C. E. S., Yuliantini, T., & Ayomi, P. (2024). Minat Investasi Saham Generasi Z : Financial Literacy dan risk Tolerance. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 20(2), 101–110.
- Karatiri, R. H., Faidah, F., & Lailiyah, N. (2021). Determinan Minat Generasi Milenial Dalam Investasi Pasar Modal Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 35–52. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i2.3193>
- Kelly, & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Efikasi Keuangan terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 556–563. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19668>
- Muhammad, H. (2001). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1* (Edisi Kedu). Bumi Aksara.
- Negara, A. K., & Febrianto, H. G. (2020). Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Bussines Management Journal*, 16, 81–95.
- Pradnyawati, N. L. P. ., & Sinarwati, N. . (2022). Analisis Keputusan Investasi Pada Generasi Millennial di Pasar Modal Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–10. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/42838>
- Ramadani, A. G., Tubastuvi, N., Rachmawati, E., & Rahmawati, I. Y. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior dan Financial Experience Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial di Batam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 57–64. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.6464>
- S, A. B., & Aisyah, S. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Gen Z dalam Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Solo Raya). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 57. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.909>
- Saputri, N. D. M., Raneo, A. P., & Muthia, F. (2023). The FoMO Phenomenon: Impact on Investment Intentions in Millennial Generation with Financial Literacy as Moderation. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 7, 2590–2597.
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Sulistyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, M., & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Return dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2253. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5956>

- Theressa, T. D., & Armansyah, R. F. (2022). Pengaruh herding, overconfidence, dan endowment bias pada keputusan investasi investor pasar modal. *Journal of Business and Banking*, 12(1), 35. <https://doi.org/10.14414/jbb.v12i1.2989>
- Trisnaningsih, Suhabudin, & Fauji, R. (2022). *Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa*. 3(2), 82–89. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1705>
- Ujung, N. M. K., Riadi, Satya, J., & Anindya, D. A. (2023). Influence Of Competence, Information Technology, Risk Perception And Level Of Financial Literacy On Crypto Currency Investment Interest. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 6, 2023.
- Widiastiti, D. A. D., & Yudiantara, I. G. A. P. (2023). Pengaruh Modal Minimal, Ekspektasi Return, Kemajuan Teknologi, dan Peran Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi Saham Pada Kalangan Generasi Z di Kota Denpasar. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 14(02), 430–441. <https://doi.org/10.23887/jap.v14i02.65072>
- Yamani, A. Z. N., & Munir, M. (2023). The Effect of Financial Self-Efficacy on Student Investment Interest Mediated by Financial Literacy. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 347–358. <https://doi.org/10.36555/almana.v7i2.2174>
- Yusuf, M. (2021). Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 86–94. <https://doi.org/10.21009/jdmb.02.2.3>
- Suhendar, D. F. M. H. (2023). The Effect of Financial Literacy, Income, And Financial Planning on Stock Investment Decisions IN BEKASI REGENCY. *International Journal of ...*, 11(2), 655–664. <https://sinomicsjournal.com/index.php/SJ/article/view/210>
- Al-Quran Al-Karim Surat Al-Baqarah Ayat 148 dan Terjemahannya
- Al-Quran Al-Karim Surat Al-Baqarah Ayat Ayat 261 dan Terjemahannya
- Al-Quran Al-Karim Surat Al-Imran Ayat 18 dan Terjemahannya
- Al-Quran Al-Karim Surat Al-A'la Ayat 8 dan Terjemahannya
- Al-Quran Al-Karim Surat Al-Hujarat Ayat 6 dan Terjemahannya

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN "PENGARUH FOMO, LITERASI KEUANGAN, KEMAJUAN TEKNOLOGI, DAN INFLUENCER SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI Z"

Assalamualaikum Wr.Wb

Halo semuanya perkenalkan saya Alif Daffa Lazuardi mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim angkatan 2021. Dengan kerendahan hati, saya memohon untuk kakak-kakak semua dapat meluangkan waktu untuk mengisi form kuisisioner penelitian yang akan saya gunakan dalam penelitian skripsi saya. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan ialah sebagai berikut:

1. Merupakan generasi z (kelahiran tahun 1997-2012)
2. Memiliki minimal salah satu jenis investasi keuangan (Deposito, emas fisik maupun digital, saham, reksadana, valuta asing, obligasi, aset kripto, properti, *forex*)
3. Pernah melakukan kegiatan investasi setidaknya maksimal dalam kurun waktu 4 tahun kebelakang (2021-2024)
4. Mempunyai *influencer* sosial media panutan yang membahas seputar investasi

Seluruh informasi yang ada semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan data yang didapat akan dijamin kerahasiannya oleh peneliti sesuai dengan kode etik penelitian. Saya berharap kakak-kakak dapat mengisi kuisisioner ini dengan jawaban yang sebenar-benarnya dan tidak berpengaruh oleh pihak manapun. Atas ketersediaannya saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

KUESIONER PENELITIAN

Nama :

Jenis Kelamin :

Domisili Tempat Tinggal :

Usia (Tahun) :

Nomor *Handphone* :

Pekerjaan :

Sumber Pendapatan :

Pendapatan (Rp/Bulan) :

Kapan terakhir anda berinvestasi (Sebutkan tahun nya)

.....

Sebutkan instrumen investasi yang anda miliki (Contoh: Saham di PT. A, coin x di pasar kripto, *Forex*, deposito, dll.)

.....

Apakah anda mengikuti influencer disosial media yang anda jadikan sebagai

bahan pertimbangan investasi? Sebutkan jika ada! (Contoh influencer:

@tradersfamily, @akademicryptocom, @ngertisaham)

.....

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pahami dengan baik setiap pertanyaan berikut, kemudian pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan Anda. Centang pada kolom jawaban yang Anda pilih dengan mengacu pada teknik skala likert, yaitu: Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Fomo						
1	Saya melakukan kegiatan investasi karena mengikuti perkembangan trend yang ada					
2	Saya merasa cemas jika suatu harga komoditas tiba-tiba meningkat atau menurun signifikan					
3	Saya cenderung mengambil tindakan membeli atau menjual ketika sedang terjadi kenaikan atau penurunan harga secara signifikan					
4	Saya membeli atau menjual suatu komoditas berdasarkan trend yang sedang viral atau ramai diperbincangkan disosial media terkait komoditas tersebut					
5	Saya merasa takut kehilangan peluang investasi saat terjadinya suatu trend yang mungkin dapat menguntungkan bagi saya					
Literasi Keuangan						
6	Rencana dan penganggaran keuangan merupakan hal yang penting sebelum memulai investasi					
7	Berinvestasi dapat mengurangi risiko inflasi terhadap uang yang saya miliki					

8	Saya akan berinvestasi menggunakan uang dingin					
9	Saya mengetahui cara dan proses melakukan investasi					
10	Banyak manfaat yang saya peroleh ketika saya melakukan pengelolaan keuangan yang baik					
Influencer Sosial Media						
11	Saya berinvestasi karena termotivasi dari influencer sosial media yang mempunyai pengetahuan dan keahlian berinvestasi					
12	Saya merasa bahwa influencer yang saya ikuti memiliki kesamaan cara dengan analisis saya					
13	Saya merasa bahwa informasi yang diberikan oleh influencer yang saya ikuti merupakan sebuah informasi yang terbaik					
14	Informasi yang saya dapatkan dari influencer yang saya ikuti akan langsung saya gunakan sebagai dasar untuk berinvestasi tanpa melakukan analisis ulang apabila informasi tersebut berhubungan dengan instrumen investasi yang saya sukai					
15	Saya percaya bahwa influencer sosial media yang saya ikuti telah melakukan riset terlebih dahulu sebelum menyampaikan suatu informasi terkait investasi					
Kemajuan Teknologi						
16	Kemajuan teknologi membuat proses investasi menjadi lebih mudah dan nyaman bagi saya					

17	Saya dapat melakukan analisis secara teknikal dan fundamental dengan mudah berkat adanya kemajuan teknologi					
18	Fitur-fitur yang simple dan mudah dipahami pada platform investasi online memudahkan saya dalam mengambil keputusan investas					
19	Saya merasa kemajuan teknologi mempermudah saya dalam mendapatkan informasi mengenai berbagai jenis instrumen investasi.					
20	Saya dapat dengan mudah mengakses data dan informasi terkini mengenai instrumen investasi yang saya minati berkat teknologi.					
Minat Investasi						
21	Saya akan bertanya tentang investasi ke orang yang sudah memiliki pengalaman					
22	Saya termotivasi untuk belajar dan menggali informasi terkait investasi baik secara membaca artikel atau menonton video edukasi investasi					
23	Sebelum berinvestasi, saya selalu melakukan analisis yang mendalam terkait dengan instrument investasi yang akan saya investasikan					
24	Saya termotivasi berinvestasi karena ingin mendapatkan keuntungan					
25	Saya akan berinvestasi di waktu yang akan datang					

4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	2	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4
2	3	2	2	3	4	4	3	4	5	2	3	3	2	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
3	4	4	2	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	5	5
4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
3	4	3	3	4	4	5	5	3	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5
4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
3	4	3	2	5	5	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	2	2	3	2	3	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	3	3	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	5	4
5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5
2	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4

Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPls 4.

Outer loadings - Matrix					
	X1	X2	X3	X4	Y1
X1.1	0.840				
X1.2	0.831				
X1.3	0.784				
X1.4	0.784				
X1.5	0.773				
X2.1		0.722			
X2.2		0.733			
X2.3		0.715			
X2.4		0.729			
X2.5		0.757			
X3.1			0.804		
X3.2			0.841		
X3.3			0.828		
X3.4			0.809		
X3.5			0.791		
X4.1				0.844	
X4.2				0.841	
X4.3				0.797	
X4.4				0.811	
X4.5				0.752	
Y1.1					0.764
Y1.2					0.809
Y1.3					0.756
Y1.4					0.705
Y1.5					0.719

Construct reliability and validity - Overview					
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)	
X1	0.863	0.873	0.901	0.645	
X2	0.783	0.785	0.852	0.535	
X3	0.873	0.876	0.908	0.664	
X4	0.868	0.873	0.905	0.655	
Y1	0.807	0.813	0.866	0.565	

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)						
	X1	X2	X3	X4	Y1	
X1						
X2	0.596					
X3	0.548	0.585				
X4	0.447	0.840	0.433			
Y1	0.697	0.846	0.568	0.734		

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion						
	X1	X2	X3	X4	Y1	
X1	0.803					
X2	0.490	0.731				
X3	0.474	0.483	0.815			
X4	0.392	0.697	0.381	0.809		
Y1	0.587	0.684	0.480	0.622	0.751	

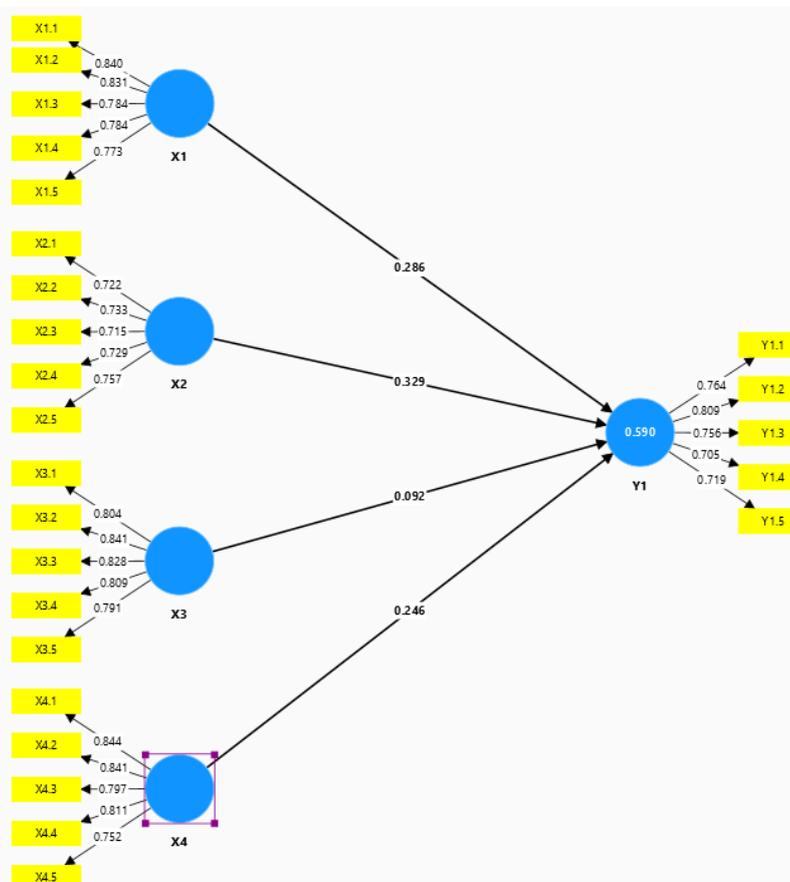
Discriminant validity - Cross loading					
	X1	X2	X3	X4	Y1
X1.1	0.840	0.375	0.442	0.359	0.520
X1.2	0.831	0.455	0.377	0.334	0.549
X1.3	0.784	0.359	0.327	0.268	0.453
X1.4	0.784	0.299	0.402	0.253	0.391
X1.5	0.773	0.470	0.356	0.351	0.414
X2.1	0.416	0.722	0.350	0.555	0.416
X2.2	0.366	0.733	0.322	0.479	0.504
X2.3	0.408	0.715	0.279	0.375	0.535
X2.4	0.302	0.729	0.501	0.446	0.502
X2.5	0.311	0.757	0.320	0.700	0.529
X3.1	0.398	0.399	0.804	0.305	0.432
X3.2	0.318	0.408	0.841	0.267	0.407
X3.3	0.433	0.392	0.828	0.323	0.368
X3.4	0.419	0.419	0.809	0.270	0.362
X3.5	0.370	0.346	0.791	0.391	0.376
X4.1	0.386	0.667	0.437	0.844	0.574
X4.2	0.339	0.597	0.277	0.841	0.502
X4.3	0.300	0.459	0.292	0.797	0.447
X4.4	0.234	0.517	0.283	0.811	0.491
X4.5	0.314	0.555	0.233	0.752	0.488
Y1.1	0.358	0.517	0.250	0.487	0.764
Y1.2	0.442	0.636	0.421	0.555	0.809
Y1.3	0.394	0.566	0.313	0.507	0.756
Y1.4	0.463	0.404	0.442	0.406	0.705
Y1.5	0.557	0.421	0.372	0.363	0.719

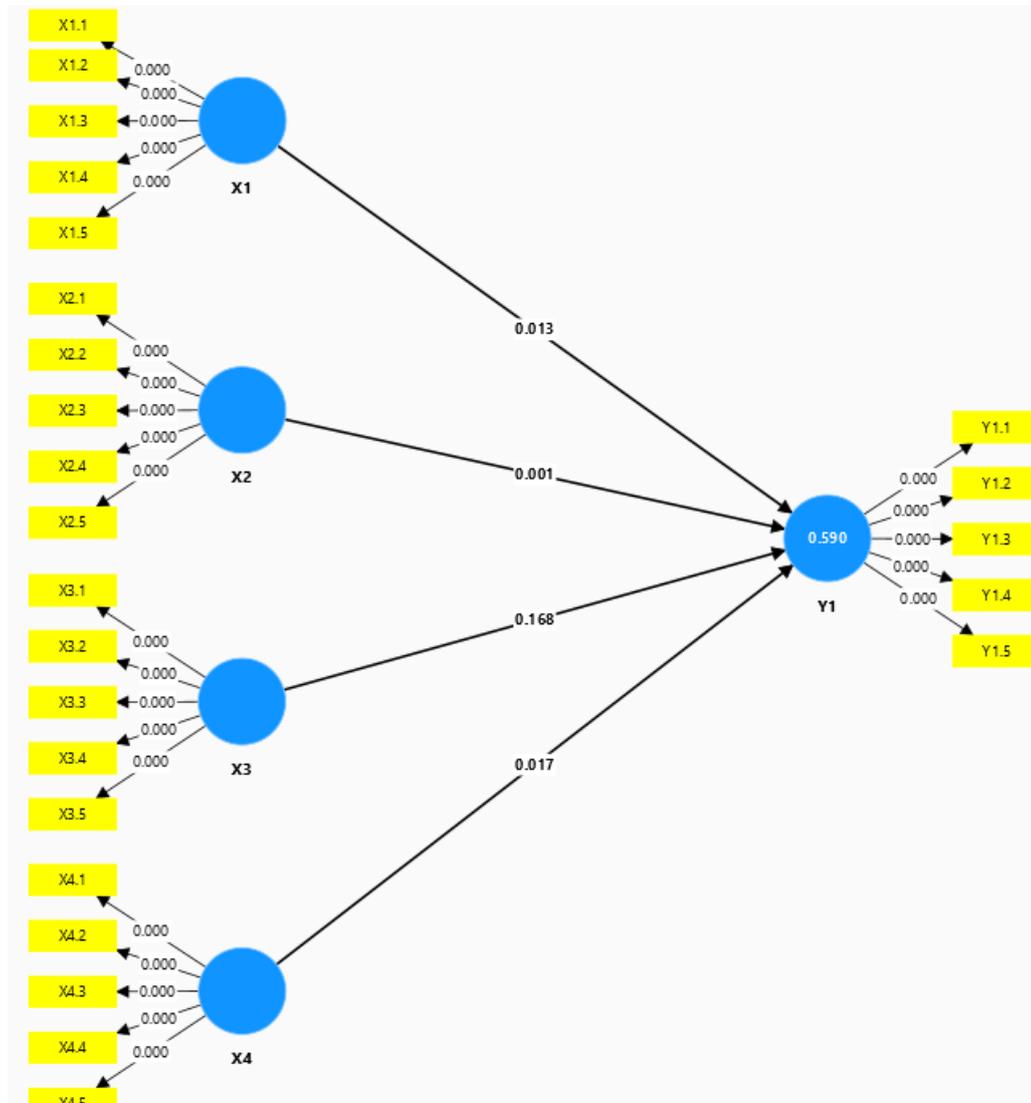
Collinearity statistics (VIF)		
	VIF	
X1.1	2.193	
X1.2	1.993	
X1.3	1.769	
X1.4	1.955	
X1.5	1.810	
X2.1	1.629	
X2.2	1.537	
X2.3	1.370	
X2.4	1.528	
X2.5	1.660	
X3.1	1.886	
X3.2	2.247	
X3.3	2.146	
X3.4	2.129	
X3.5	1.862	
X4.1	2.107	
X4.2	2.396	
X4.3	2.096	
X4.4	1.980	
X4.5	1.656	
Y1.1	1.724	
Y1.2	2.005	
Y1.3	1.941	
Y1.4	1.718	
Y1.5	1.716	

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
Y1	0.590	0.572

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values						
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	
X1 -> Y1	0.286	0.277	0.129	2.215	0.013	
X2 -> Y1	0.329	0.345	0.107	3.064	0.001	
X3 -> Y1	0.092	0.096	0.095	0.961	0.168	
X4 -> Y1	0.246	0.244	0.116	2.128	0.017	

Path coefficients - Matrix					
	X1	X2	X3	X4	Y1
X1					0.286
X2					0.329
X3					0.092
X4					0.246
Y1					





Lampiran 4 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama : Alif Daffa Lazuardi
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 11 Juli 2002
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Alamat asal : Dukuh Zamrud Blok T 6 no 18 RT 07 RW 11 Kel.
Cimuning Kec. Mustikajaya, Kota Bekasi
Agama : Islam
Nomor Telepon : 089698034187
E-mail : daff4lazuardi@gmail.com

Pendidikan Formal

2008 – 2014 : SD Alam Pertiwi
2014 – 2017 : SMP Daya Utama
2017 – 2020 : SMKN 3 Kota Bekasi
2021 – 2025 : S-1 Akuntansi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang

Pengalaman Organisasi

2017 – 2020 : Pengurus Organisasi Siswa Intra Sekolah SMKN 3 Kota Bekasi
2017 – 2020 : Divisi Kamera Sineas Tiga Kota Bekasi (SINEGASI)
2021 – 2022 : Pengurus Himpunan Mahasiswa Proqram Studi Akuntansi
Universitas Islam Negeri Malang

Lampiran 5 Bukti Konsultasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210502110090
Nama : Alif Daffa Lazuardi
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Dosen Pembimbing : Isnan Murdiansyah, M.S.A
Judul Skripsi : Pengaruh Fomo, Literasi Keuangan, Influencer Sosial Media, dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	7 September 2024	Revisi rumusan masalah, revisi tujuan penelitian, revisi tabel "harus diberi sumber", membuat narasi dibawah tabel penelitian terdahulu, revisi kerangka konseptual	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	19 September 2024	Pengajuan judul outline	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	10 Oktober 2024	Revisi tujuan penelitian, setiap kata asing harus diganti italic, buat analisis data.	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	8 November 2024	Pemaparan terkait revisi penulisan dosen penguji 1 dan judul dosen penguji 2 setelah seminar proposal	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	4 Desember 2024	Diskusi terkait penggantian metodologi penelitian dan aplikasi statistik yang digunakan	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	17 April 2025	Bimbingan Bab 4	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	21 Mei 2025	Bimbingan Bab 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	16 Juni 2025	Revisi keseluruhan	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 16 Juni 2025
Dosen Pembimbing



Isnan Murdiansyah, M.S.A

Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rohmatulloh Salis, MPd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Alif Daffa Lazuardi
NIM : 210502110090
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Fomo, Literasi Keuangan, Influencer Sosial Media, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
18%	17%	10%	7%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 Juni 2025

UP2M



Rohmatulloh Salis, MPd