



Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO), Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Saham dan Tingkat Kepercayaan Diri Investor pada Generasi Z di Kota Medan

Cut Anjani^{1*}, Ahmad Albar Tanjung²

¹⁻²Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, Indonesia

E-mail cutanjani6@gmail.com¹, alb4rt4njung@gmail.com²

*Penulis Korespondensi: cutanjani6@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the effects of *Fear of Missing Out* (FOMO), Financial Literacy, and Risk Perception on Stock Investment Decisions and Investor Confidence among Generation Z in Medan City. This quantitative study uses Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4. The sample consisted of 200 respondents selected through purposive sampling, with criteria of residing in Medan City and having observed or monitored the stock market. Data were collected using an online questionnaire with a 5-point Likert scale. The results indicate that FOMO has a positive and significant effect on Investor Confidence (path coefficient = 0.353) and Investment Decisions (path coefficient = 0.319). Financial Literacy also has a positive and significant effect on Investor Confidence (path coefficient = 0.562) and Investment Decisions (path coefficient = 0.581). Meanwhile, Risk Perception has no significant effect on Investor Confidence (path coefficient = -0.117) or Investment Decisions (path coefficient = -0.021). The model demonstrates strong predictive capability with R-Square values of 0.529 for Investor Confidence and 0.591 for Investment Decisions. The study concludes that FOMO and Financial Literacy are key factors influencing Generation Z's confidence and stock investment decisions, while Risk Perception does not significantly contribute.

Keywords: Financial Literacy; Financial Perception; FOMO; Investor Self-Confidence; Investment Decisions.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO), Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Saham serta Kepercayaan Investor pada Generasi Z di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) yang diolah menggunakan SmartPLS 4. Sampel penelitian berjumlah 200 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling dengan kriteria berdomisili di Kota Medan dan pernah mengamati atau mengikuti perkembangan pasar saham. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert 5 poin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Investor (koefisien jalur = 0,353) dan Keputusan Investasi (koefisien jalur = 0,319). Literasi Keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Investor (koefisien jalur = 0,562) dan Keputusan Investasi (koefisien jalur = 0,581). Sementara itu, Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Investor maupun Keputusan Investasi. Nilai R-Square menunjukkan kemampuan prediksi model yang kuat, yaitu 0,529 untuk Kepercayaan Investor dan 0,591 untuk Keputusan Investasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa FOMO dan Literasi Keuangan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan serta mendorong keputusan investasi saham Generasi Z di Kota Medan.

Kata kunci: FOMO; Kepercayaan Diri Investor; Keputusan Investasi; Literasi Keuangan; Persepsi Keuangan.

1. LATAR BELAKANG

Dunia investasi saat ini sudah berubah seiring berkembangnya teknologi digital dan kondisi psikologi para pelakunya. Melalui kemajuan teknologi, menjadikan saham lebih mudah dijangkau lewat aplikasi di smartphone, sehingga banyak orang mulai berani mencoba masuk ke pasar modal. Fenomena ini ditandai dengan kemudahan akses melalui aplikasi mobile trading, yang memungkinkan partisipasi investor meningkat tajam secara global (Kurniawan & Rojabi, 2026). Perkembangan teknologi informasi yang cepat, menyebabkan media sosial jadi sangat berpengaruh terhadap cara orang memilih saham. Banyak investor yang sekarang

tidak lagi fokus pada riset data yang mendalam, tapi lebih terpengaruh oleh opini di media sosial dan rasa tidak enak dengan lingkungan sekitarnya (Akbal, 2025).

Tren investasi di Indonesia saat ini didominasi oleh Gen-Z yang memang tumbuh besar di era digital. Hal ini terlihat dari banyaknya mahasiswa atau anak muda yang punya akun saham. Namun, kemudahan di aplikasi trading sekarang ternyata tidak selalu diikuti dengan keputusan yang rasional. Artinya keterlibatan Gen-Z dalam pasar saham sudah menjadi bagian dari gaya hidup modern, namun antusiasme ini sering kali berbanding terbalik dengan pemahaman mengenai risiko, yang pada akhirnya memicu pola perilaku investasi yang cenderung spekulatif (berdasarkan kepercayaan pribadi) (Nurrohman, 2024). Jika dilihat berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per akhir 2024 hingga memasuki 2025, jumlah investor pasar modal telah menembus angka lebih dari 12 juta orang.

Di mana sekitar 55% hingga 57% dari total investor tersebut adalah kelompok usia di bawah 30 tahun (Gen-Z) (KSEI, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa secara kuantitas, Gen-Z adalah penggerak utama pertumbuhan pasar modal saat ini. Di Sumatera Utara sendiri, khususnya di Kota Medan, jumlah investor muda terus meningkat tajam setiap tahunnya. Namun, pesatnya pertumbuhan jumlah investor ini ternyata tidak dibarengi dengan pemahaman yang matang. Data OJK berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) menunjukkan tingkat inklusi keuangan (akses ke aplikasi/akun) sudah mencapai angka 85% ke atas sedangkan tingkat literasi (pemahaman mendalam) masyarakat, terutama anak muda, masih berada di kisaran 50% (OJK, 2024). Artinya, banyak mahasiswa di Medan sudah punya akun saham, tapi belum paham betul cara kerja dan risikonya. Hal inilah yang membuat kalangan Gen-Z jadi lebih gampang terkena efek FOMO dan hanya ikut-ikutan tren di media sosial tanpa melakukan analisis mandiri melalui literasi keuangan.

Sebagai bentuk indikasi dari masalah dilakukan *survey* dengan wawancara langsung terhadap 30 investor Gen-Z di Kota Medan terkait keputusan dan tingkat kepercayaan diri dalam berinvestasi saham. Hasil wawancara tersebut ditemukan adanya fenomena krusial pada variabel keputusan investasi dan tingkat kepercayaan diri investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi, dimana sebanyak 60% bertindak tidak mandiri dengan membeli saham hanya berdasarkan tren media sosial (TikTok, Instagram, Telegram) tanpa analisis fundamental atau teknikal. 66,7% terjebak dalam perilaku FOMO akibat takut kehilangan momentum keuntungan pada saham viral. Sementara itu, hanya 40% yang mampu melakukan analisis mandiri secara rasional. Di sisi lain, fenomena pada tingkat kepercayaan diri investor menunjukkan bahwa 73,3% memiliki mentalitas yang tidak stabil dan sangat disetir oleh fluktuasi pasar. Hal ini terlihat di mana sekitar 53,3% langsung melakukan panic selling karena

tidak siap menghadapi risiko, dan 20% melakukan *average down* secara spekulatif akibat overconfidence bias. Sebaliknya, hanya 26,7% yang memiliki literasi keuangan cukup dan kepercayaan diri yang stabil dalam menghadapi dinamika pasar. Temuan ini menegaskan bahwa adanya kesenjangan (*gap*) empiris yang nyata di Kota Medan, di mana peningkatan jumlah investor muda tidak dibarengi dengan kemandirian keputusan investasi serta kestabilan kepercayaan diri.

Keputusan yang diambil cenderung reaktif akibat paparan informasi (FOMO), serta minimnya pemahaman manajemen risiko (Persepsi Risiko) dan dasar penilaian saham (Literasi Keuangan). Kondisi psikologis dan tingkat literasi yang rapuh inilah yang membuat tingkat kepercayaan diri investor Gen-Z di Kota Medan mudah goyah ketika dihadapkan pada fluktuasi pasar modal riil. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu, yang mana disebutkan bahwa dalam ekosistem perdagangan digital, perilaku trading yang berlebihan dan tidak terencana adalah hasil dari minimnya persepsi risiko yang objektif (Rahman et al., 2025). Selain itu penelitian lain menyatakan bahwa keterpercayaan diri investor bertindak sebagai dua sisi yang berlawanan bisa meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan atau justru memperburuk keterpurukan akibat spekulasi yang tidak terkendali (Ambarwati, 2024). Pada penelitian lain juga menyebutkan bahwa, rendahnya persepsi risiko objektif menjadi pemicu utama tingginya frekuensi trading yang tidak terencana (Halimah et al., 2025).

Secara teoritis, dalam teori behavioral finance menyatakan bahwa pengambilan keputusan saham tidak selalu didasarkan pada aspek rasionalitas logis semata, melainkan sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis, bias kognitif, dan emosi para pelaku pasarnya (Cikitha, 2021). Keputusan Investasi bukan lagi sekadar hasil kalkulasi matematis yang dingin atas return dan risiko, melainkan sebuah perilaku yang sangat bergantung pada kestabilan psikologis dan informasi yang diserap oleh investor. Selain itu, tingkat kepercayaan diri yang stabil seharusnya dibangun di atas landasan *cognitive ability* atau tingkat literasi keuangan yang matang. Teori behavioral finance mengklasifikasikan kondisi ini ke dalam dua spektrum bias kepercayaan diri yang ekstrem, yaitu Underconfidence (Ketidakstabilan Mental) dan Overconfidence (Kepercayaan Diri Berlebih).

Interaksi antara faktor FOMO, literasi keuangan, dan persepsi risiko tersebut menciptakan kerumitan dalam pengambilan keputusan investasi saham di kalangan Gen-Z. Meskipun banyak Gen-Z yang sudah memiliki akun saham sendiri, kenyataannya di lapangan menunjukkan bahwa fluktuasi kinerja portofolio mereka sangat dipengaruhi oleh variabel psikologis (Nurrohman, 2024). Gen-Z sering kali terjebak dalam perilaku pengambilan keputusan saham yang tidak konsisten karena tingkat kepercayaan diri yang fluktuatif dan

dipengaruhi oleh keberhasilan atau kegagalan jangka pendek. Hal ini menunjukkan penting untuk memahami bagaimana variabel-variabel ini saling berinteraksi.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan krusial, seperti sejauh mana literasi keuangan mampu menjadi jangkar rasionalitas di tengah tekanan FOMO, dan bagaimana tingkat kepercayaan diri mempengaruhi dalam pengambilan keputusan investasi saham dengan membedah variabel psikologis dan teknis secara simultan.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengaruh FOMO terhadap Keputusan Investasi Saham

FOMO didefinisikan sebagai kecemasan sosial yang meresap bahwa orang lain mungkin mengalami pengalaman berharga sementara individu tersebut tidak hadir (Multazam, 2026). Di era digital, fenomena ini diperkuat oleh media sosial. Dalam konteks pasar modal, FOMO mendorong investor pemula untuk membeli saham tertentu hanya karena sedang tren atau dibicarakan banyak orang, tanpa melakukan analisis fundamental terlebih dahulu.

Perilaku konsumtif yang didorong oleh faktor lingkungan dan gaya hidup modern menunjukkan bahwa aspek psikologis dan sosial memiliki pengaruh yang masif terhadap rasionalitas finansial generasi muda di Kota Medan (Sari & Tanjung, 2024). Berdasarkan perspektif *Behavioral Finance*, emosi memainkan peran krusial dalam pengambilan keputusan (Pratama & Nawangsari, 2025). Fenomena FOMO menciptakan urgensi psikologis dan kecemasan akan hilangnya momentum keuntungan. Pada Gen-Z, tingginya paparan influencer saham di media sosial memicu dorongan impulsif untuk langsung melakukan transaksi beli demi merasa menjadi bagian dari kelompok tren tersebut. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Saham pada Generasi Z di Kota Medan.

Pengaruh FOMO terhadap Tingkat Kepercayaan Diri Investor

Kepercayaan diri investor mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan mereka dalam menganalisis pasar dan mengelola portofolio investasi. Dalam kadar yang tepat, kepercayaan diri mendorong eksekusi keputusan yang tegas. Namun, jika berlebihan (*overconfidence*), hal ini dapat memicu keputusan yang ceroboh (Salim & Pamungkas, 2025). Efek psikologis dari FOMO sering kali memunculkan ilusi pengetahuan (*illusion of knowledge*). Ketika seorang investor Gen-Z melihat banyak orang di komunitasnya meraup keuntungan dari saham tertentu, ia merasa bahwa pasar saham mudah ditaklukkan (Prajawati, 2025). Hal ini secara semu dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam

menempatkan dana, meskipun analisisnya masih minim. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis keempat dirumuskan sebagai berikut:

H2: *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan Diri Investor pada Generasi Z di Kota Medan.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Saham

Literasi keuangan adalah kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan yang bijak dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan individu (Perkasa et al., 2024). Bagi Gen-Z, literasi keuangan bertindak sebagai benteng kognitif yang membantu mereka menyaring informasi dan memilih instrumen investasi secara objektif.

Pengetahuan keuangan merupakan fondasi kognitif yang esensial bagi seseorang dalam memahami konsep dasar keuangan, yang pada akhirnya akan membimbing mereka untuk mengevaluasi risiko dan mengambil keputusan finansial secara lebih rasional dan terarah (Triyani & Tanjung, 2023). Pengetahuan keuangan yang mumpuni membekali investor dengan kemampuan analisis teknikal maupun fundamental. Investor Gen-Z yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung tidak bersikap spekulatif (Hidayat & Pamungkas, 2022). Mereka mampu menilai valuasi saham secara objektif, sehingga pengambilan keputusan investasi didasarkan pada perhitungan matang, bukan sekadar ikut-ikutan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H3: Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Saham pada Generasi Z di Kota Medan.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Tingkat Kepercayaan Diri Investor

Literasi keuangan yang kuat secara empiris membangun keyakinan internal yang sehat (*well-calibrated confidence*) (Melindasari & Oktapiani, 2023). Ketika investor memahami mekanisme pasar, cara membaca laporan keuangan, dan manajemen portofolio, mereka akan merasa kompeten. Kompetensi inilah yang secara nyata mendasari tingginya rasa percaya diri mereka saat berhadapan dengan dinamika pasar. Kepercayaan diri yang tumbuh dari literasi keuangan bukan sekadar keberanian buta, melainkan sebuah keyakinan yang rasional bahwa mereka mampu memitigasi risiko dan mengenali peluang secara mandiri. Dengan wawasan yang matang, investor Generasi Z di Kota Medan tidak akan mudah goyah oleh rumor pasar, karena mereka memiliki landasan pengetahuan yang kuat untuk memercayai analisis mereka sendiri. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kelima dirumuskan sebagai berikut:

H4: Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan Diri Investor pada Generasi Z di Kota Medan.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Saham

Persepsi risiko adalah penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan terjadinya kerugian atau hasil negatif dari suatu keputusan investasi (Agustina et al., 2025). Setiap investor memiliki tingkat toleransi risiko yang berbeda. Karakteristik Gen-Z yang cenderung menyukai instrumen fluktuatif (seperti saham atau kripto) sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang risiko tersebut apakah sebagai ancaman atau peluang.

Semakin tinggi persepsi seseorang terhadap risiko suatu aset, umumnya mereka akan semakin berhati-hati atau bahkan menahan diri untuk berinvestasi. Namun, karakteristik Gen-Z sering kali memperlihatkan moderasi yang unik, jika mereka memandang risiko saham sebagai sesuatu yang dapat dikelola (high risk, high return), hal tersebut justru memotivasi mereka untuk mengambil keputusan investasi (Karamoy, 2025). Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

H5: Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi Saham pada Generasi Z di Kota Medan.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Tingkat Kepercayaan Diri Investor

Bagaimana seorang investor mengukur risiko sangat menentukan stabilitas emosionalnya. Investor yang memiliki persepsi risiko yang matang (memahami bahwa kerugian adalah bagian dari siklus pasar) tidak akan mudah panik saat pasar terkoreksi. Pemahaman yang rasional terhadap risiko ini secara langsung membentuk mentalitas dan kepercayaan diri investor yang kokoh (Dwiyanti & Ahmadi, 2024).

Ketika Generasi Z di Kota Medan mampu memandang risiko bukan sebagai ancaman yang menakutkan, melainkan sebagai variabel yang dapat dikalkulasi dan dikelola, mereka akan memiliki keyakinan yang lebih tinggi dalam mengambil keputusan. Rasa percaya diri ini muncul karena mereka merasa siap menghadapi segala konsekuensi pergerakan harga saham, sehingga meminimalisir keraguan dalam mengeksekusi strategi investasi mereka. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis keenam dirumuskan sebagai berikut:

H6: Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan Diri Investor pada Generasi Z di Kota Medan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Desain asosiatif kausal digunakan untuk menguji dan membuktikan adanya hubungan sebab-akibat antara variabel independen (*Fear of Missing Out*, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko) terhadap variabel dependen (Keputusan Investasi Saham dan Tingkat Kepercayaan Diri

Investor) pada Generasi Z di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapat dengan menyebarkan kuesioner yang sudah dirancang secara online melalui Google Form untuk diisi secara langsung kepada responden. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan Skala Likert (1-5), di mana responden memberikan skor: 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Data sekunder didapat melalui studi pustaka seperti jurnal, buku, dan karya ilmiah sebagai referensi teori (*library research*). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling, di mana kriteria responden ditentukan secara spesifik, yaitu Gen-Z usia 18-25 tahun, berdomisili di Kota Medan, dan minimal pernah atau sedang mengamati pasar saham (Hair Junior et al., 2017). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Medan tahun 2025, jumlah penduduk yang memasuki usia produktif muda (Gen-Z) pada rentang usia 18–25 tahun diperkirakan mencapai lebih dari 380.000 jiwa atau sekitar 15% dari total populasi (BPS Kota Medan, 2025).

Jumlah sampel minimum dalam penelitian berbasis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) adalah 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Penggunaan SmartPLS dalam penelitian ini mengacu pada berbagai penelitian terdahulu yang menggunakan pendekatan PLS-SEM sebagai metode analisis, termasuk penelitian yang dilakukan oleh (Prakoso & Tanjung, 2025; Ruhmi & Tanjung, 2023; W. Sari & Tanjung, 2023; Tanjung, 2026) yang menunjukkan bahwa metode PLS-SEM efektif dalam menguji hubungan langsung, hubungan tidak langsung, serta pengaruh mediasi melalui evaluasi outer model dan inner model secara simultan.

$n = \text{jumlah indikator} \times 10$ I

Jumlah indikator dalam penelitian ini sebanyak 20 indikator sehingga perhitungan jumlah sampel adalah:

$n = 20 \times 10 = 200$ II

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 responden.

Penelitian ini menginvestasikan lima variabel utama, yaitu: Keputusan Investasi Saham (Y1) dan Tingkat Kepercayaan Diri Investor (Y2) sebagai variabel dependen, serta *Fear of Missing Out* (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) sebagai variabel independen. Variabel *Fear of Missing Out* diukur melalui empat indikator: ketakutan kehilangan peluang, kebutuhan sosial, perbandingan sosial, dan perasaan tidak tenang. Variabel Literasi Keuangan mencakup lima indikator: pengetahuan dasar, produk investasi, analisis, manajemen risiko, dan perencanaan. Variabel Persepsi Risiko diukur dengan empat indikator: fluktuasi harga, kekhawatiran modal, ketidakpastian pasar, dan ketidakamanan.

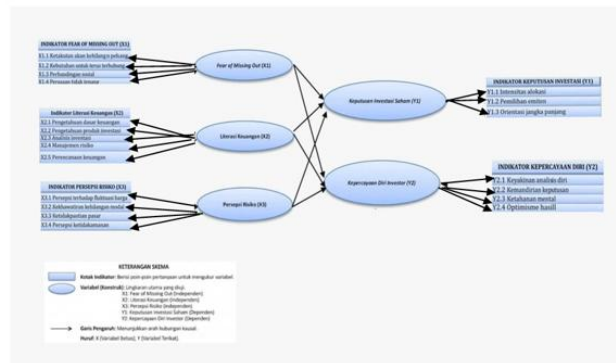
Variabel Keputusan Investasi Saham diukur dengan tiga indikator: intensitas alokasi, pemilihan emiten, dan orientasi jangka panjang. Terakhir, variabel Tingkat Kepercayaan Diri Investor terdiri dari empat indikator: keyakinan analisis diri, kemandirian keputusan, ketahanan mental, dan optimisme hasil.

Survei pendahuluan yang melibatkan 30 responden digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas bagi setiap indikator dengan memanfaatkan Korelasi Pearson dan *Cronbach's Alpha*. Selanjutnya, *Structural Equation Modelling (SEM)* menggunakan *Partial Least Squares (SEM-PLS)* diterapkan untuk mengeksplorasi hubungan kompleks di antara konstruk yang diteliti. Analisis SEM-PLS dibagi menjadi dua komponen utama yaitu model luar (*outer model*) dan model dalam (*inner model*).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Metode ini dipilih karena mampu menguji hubungan kompleks antar variabel laten dan dapat digunakan pada ukuran sampel yang relatif terbatas. Analisis SEM-PLS terdiri dari *outer model* dan *inner model*. *Outer model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator penelitian melalui *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *cronbach alpha*.

Pengujian *convergent validity* dilakukan melalui nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,70 dan nilai AVE lebih besar dari 0,50. Sementara itu, *composite reliability* dan *cronbach alpha* digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen dengan nilai yang diharapkan lebih besar dari 0,70. Selanjutnya, pengujian *inner model* dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian melalui nilai *R-Square*, *path coefficient*, *t-statistic*, dan *p-value*. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh FOMO, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi dan Kepercayaan Diri Investor. Nilai *R-Square* digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

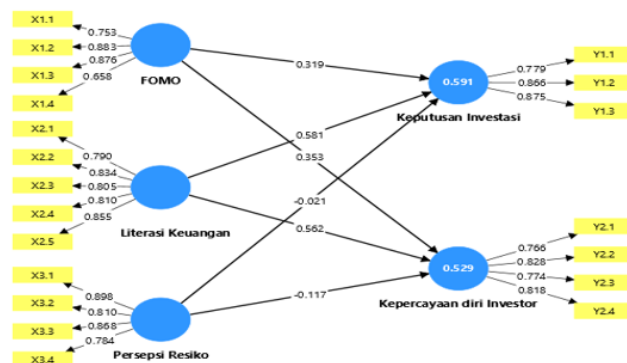
Sementara itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* pada aplikasi SmartPLS dengan melihat nilai *T-statistic* dan *p-value*. Hipotesis penelitian dinyatakan diterima apabila nilai *T-statistic* lebih besar dari 1,96 dan nilai *P-value* lebih kecil dari 0,05. Berikut skema pada penelitian ini:



Gambar 1. Skema Hipotesis Penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengukur keakuratan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan evaluasi terhadap outer model untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas konstruk yang digunakan. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk penelitian secara tepat dan konsisten. Pengujian dilakukan berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 4. Adapun hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.



Gambar 1. Hasil Pengujian Outer Model dan Inner Model Menggunakan SmartPLS.

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk. *Validitas konvergen* diukur melalui nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran atau *outer model* menunjukkan bahwa sebagian besar indikator pada setiap variabel memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70. Pada variabel FOMO, nilai *loading factor* berkisar antara 0,658 hingga 0,876. Pada variabel Literasi Keuangan, nilai *loading factor* berkisar antara 0,790 hingga 0,855. Pada variabel Persepsi Risiko, nilai *loading factor* berkisar antara 0,784 hingga 0,898.

Pada variabel Keputusan Investasi, nilai *loading factor* berkisar antara 0,779 hingga 0,875. Sedangkan pada variabel Kepercayaan Diri Investor, nilai *loading factor* berkisar antara

0,774 hingga 0,828. Meskipun terdapat satu indikator FOMO dengan nilai loading sebesar 0,658 yang berada di bawah 0,70, namun indikator tersebut masih dipertahankan karena nilai AVE dan *Composite Reliability* keseluruhan konstruk telah memenuhi kriteria. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk latennya dengan baik sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Selanjutnya, pengujian model struktural atau *inner model* dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten dan besarnya pengaruh. Nilai *koefisien determinasi* (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel *eksogen* mampu menjelaskan variabel *endogen*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Diri Investor memiliki nilai R^2 sebesar 0,529 atau 52,9%. Artinya, variabel FOMO, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko mampu menjelaskan 52,9% variasi Kepercayaan Diri Investor, sedangkan 47,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Sementara itu, variabel Keputusan Investasi memiliki nilai R^2 sebesar 0,591 atau 59,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel FOMO, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Diri Investor mampu menjelaskan 59,1% variasi Keputusan Investasi, sedangkan 40,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil estimasi koefisien jalur menunjukkan bahwa variabel FOMO memiliki pengaruh positif sebesar 0,353 terhadap Kepercayaan Diri Investor. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1 satuan FOMO akan meningkatkan Kepercayaan Diri Investor sebesar 0,353 satuan. Selain itu, FOMO juga memiliki pengaruh positif sebesar 0,319 terhadap Keputusan Investasi. Artinya, semakin tinggi rasa takut tertinggal yang dirasakan Generasi Z, maka semakin besar pula dorongan untuk melakukan Keputusan Investasi. Variabel Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif paling besar diantara variabel lainnya, yaitu sebesar 0,562 terhadap Kepercayaan Diri Investor dan 0,581 terhadap Keputusan Investasi. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan Kepercayaan Diri Investor dan mendorong Keputusan Investasi pada Generasi Z.

Semakin tinggi pemahaman Generasi Z mengenai keuangan dan investasi, maka semakin tinggi pula kepercayaan diri dan keputusan yang diambil. Sementara itu, variabel Persepsi Risiko memiliki pengaruh negatif sebesar -0,117 terhadap Kepercayaan Diri Investor dan -0,021 terhadap Keputusan Investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kekhawatiran dan persepsi negatif Generasi Z terhadap risiko investasi, maka akan menurunkan Kepercayaan Diri Investor dan Keputusan Investasi, meskipun pengaruhnya relatif kecil.

Tabel 1. Karakteristik Responden.

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	111	55,50%
	Perempuan	89	44,50%
	Total	200	100%
Pendidikan Terakhir	S1/S2	82	41,00%
	SLTA/Sederajat	100	50,00%
	Lainnya	18	9,00%
Pengalaman Investasi	Total	200	100%
	Ya	200	100%
	Tidak	0	0%
Jenis Produk Investasi	Total	200	100%
	Saham	62	31,00%
	Reksadana	0	0%
Pendapatan / Uang Saku Per Bulan	Kripto	94	47,00%
	Lainnya	44	22,00%
	Total	200	100%
Pendapatan / Uang Saku Per Bulan	< Rp 1.000.000	68	34,00%
	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	22	11,00%
	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	0	0%
	>Rp 5.000.000	110	55,00%
	Total	200	100%

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 200 responden, karakteristik responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 11 orang atau 55.5%, sedangkan perempuan sebanyak 89 orang atau 44.5%. Ditinjau dari pendidikan terakhir, sebagian besar responden memiliki pendidikan SLTA/Sederajat sebanyak 100 orang atau 50.0%, diikuti pendidikan S1/S2 sebanyak 82 orang atau 41.0%, dan lainnya sebanyak 18 orang atau 9.0%. Seluruh responden dalam penelitian ini memiliki pengalaman berinvestasi saham yaitu sebanyak 200 orang atau 100%. Jenis produk investasi yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Kripto sebanyak 94 orang atau 47.0%, kemudian Saham sebanyak 62 orang atau 31.0%, dan lainnya sebanyak 44 orang atau 22.0%.

Tidak ada responden yang memilih Reksadana. Berdasarkan pendapatan atau uang saku per bulan, mayoritas responden memiliki pendapatan > Rp5.000.000 sebanyak 110 orang atau 55.0%, diikuti < Rp1.000.000 sebanyak 68 orang atau 34.0%, dan Rp1.000.000 – Rp3.000.000 sebanyak 22 orang atau 11.0%.

Tabel 2. Hasil *Loading Factors*.

Indikator	FOMO	Kepercayaan Diri Investor	Keputusan Investasi	Literasi Keuangan	Persepsi Keuangan	Keterangan Valid
Kekuatan (Strength of Brand Association)	0.753					Valid
Kebutuhan untuk terus terhubung	0.883					Valid
Perbandingan sosial	0.876					Valid

Perasaan tidak tenang	0.658		Valid
Pengetahuan Dasar Keuangan		0.790	Valid
Pengetahuan Produk Investasi		0.834	Valid
Analisis Investasi		0.805	Valid
Manajemen Risiko		0.810	Valid
Perencanaan Keuangan		0.855	Valid
Persepsi terhadap Fluktuasi Harga			0.898
Kekhawatiran kehilangan modal			0.810
Ketidakpastian pasar			0.868
Persepsi ketidakamanan			0.784
Intensitas alokasi		0.779	Valid
Pemilihan emiten		0.866	Valid
Orientasi jangka panjang		0.875	Valid
Keyakinan analisis	0.766		Valid
Kemandirian keputusan	0.828		Valid
Ketahanan mental	0.774		Valid
Optimisme hasil	0.818		Valid

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk. Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai *loading factor* setiap indikator terhadap konstruknya. Suatu indikator dikatakan valid jika memiliki nilai *loading factor* > 0,70. Berdasarkan Tabel 2, hasil pengujian menunjukkan bahwa sebagian besar indikator memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70 sehingga dinyatakan valid.

Pada variabel FOMO, nilai *loading factor* berkisar antara 0,658 hingga 0,883. Indikator dengan nilai tertinggi adalah "Kebutuhan untuk terus terhubung" sebesar 0,883, sedangkan indikator terendah adalah "Perasaan tidak tenang" sebesar 0,658. Pada variabel Literasi Keuangan, nilai *loading factor* berkisar antara 0,790 hingga 0,855. Indikator tertinggi adalah "Perencanaan Keuangan" sebesar 0,855, dan terendah adalah "Pengetahuan Dasar Keuangan" sebesar 0,790. Pada variabel Persepsi Risiko, nilai *loading factor* berkisar antara 0,784 hingga 0,898. Indikator tertinggi adalah "Persepsi terhadap Fluktuasi Harga" sebesar 0,898, dan terendah adalah "Persepsi ketidakamanan" sebesar 0,784. Pada variabel Keputusan Investasi,

nilai *loading factor* berkisar antara 0,779 hingga 0,875. Indikator tertinggi adalah "Orientasi jangka panjang" sebesar 0,875, dan terendah adalah "Intensitas alokasi" sebesar 0,779.

Pada variabel Kepercayaan Diri Investor, nilai *loading factor* berkisar antara 0,766 hingga 0,828. Indikator tertinggi adalah "Kemandirian keputusan" sebesar 0,828, dan terendah adalah "Keyakinan analisis" sebesar 0,766. Meskipun terdapat satu indikator yaitu "Perasaan tidak tenang" pada variabel FOMO dengan nilai 0,658 yang berada di bawah 0,70, namun indikator tersebut masih dapat dipertahankan karena secara keseluruhan konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid dan mampu mengukur konstruk latennya dengan baik sehingga layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Tabel 3. *Cronbach Alpha, Composite Reliability, Average Variance Extracted (AVE).*

Indikator	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
FOMO	0.817	0.897	0.874	0.637
Kepercayaan diri Investor	0.809	0.821	0.874	0.635
Keputusan Investasi	0.792	0.799	0.879	0.708
Literasi Keuangan	0.877	0.879	0.911	0.671
Persepsi Resiko	0.864	0.901	0.906	0.708

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 yaitu berkisar antara 0,792 sampai 0,877. Nilai *Composite Reliability* juga berada di atas 0,70 yaitu berkisar antara 0,874 sampai 0,911. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* seluruh variabel juga di atas 0,50 yaitu berkisar antara 0,635 sampai 0,708. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi *uji reliabilitas* dan *convergent validity*.

Tabel 4. *Cross loading*

Indikator	FOMO	Kepercayaan diri Investor	Keputusan Investasi	Literasi Keuangan	Persepsi Resiko
Kekuatan (Strength of Brand Association)	0.753	0.345	0.306	0.180	0.171
Kebutuhan untuk terus terhubung	0.883	0.540	0.539	0.475	0.453
Perbandingan sosial	0.876	0.548	0.600	0.475	0.468
Perasaan tidak tenang	0.658	0.190	0.230	0.164	0.248
Pengetahuan Dasar Keuangan	0.316	0.551	0.555	0.790	0.361
Pengetahuan Produk Investasi	0.391	0.551	0.585	0.834	0.431
Analisis Investasi	0.342	0.535	0.575	0.805	0.441
Manajemen Risiko	0.361	0.484	0.577	0.810	0.400
Perencanaan Keuangan	0.452	0.584	0.637	0.855	0.514

Persepsi terhadap Fluktuasi Harga	0.450	0.351	0.444	0.504	0.898
Kekhawatiran kehilangan modal	0.343	0.226	0.291	0.401	0.810
Ketidakpastian pasar	0.400	0.317	0.399	0.506	0.868
Persepsi ketidakamanan	0.312	0.213	0.269	0.314	0.784
Intensitas alokasi	0.424	0.578	0.779	0.564	0.354
Pemilihan emiten	0.528	0.614	0.866	0.606	0.361
Orientasi jangka panjang	0.495	0.670	0.875	0.636	0.371
Keyakinan analisis	0.452	0.766	0.484	0.423	0.158
Kemandirian keputusan	0.483	0.828	0.643	0.558	0.289
Ketahanan mental	0.370	0.774	0.531	0.442	0.259
Optimisme hasil	0.457	0.818	0.668	0.647	0.355

Uji *discriminant validity* dilakukan dengan melihat nilai *cross loading*. Berdasarkan Tabel 4, seluruh indikator memiliki nilai *loading* pada variabelnya sendiri lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *loading* pada variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini telah mampu membedakan konstruk yang satu dengan konstruk lainnya. Seperti pada indikator Kebutuhan untuk terus terhubung pada variabel FOMO memiliki nilai *loading* sebesar 0,883 yang lebih tinggi dibandingkan nilai *loading*-nya pada variabel lain yang berkisar antara 0,164 hingga 0,600. Hal yang sama juga terjadi pada indikator lainnya. Dengan demikian, model penelitian ini telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Hypothesis test

Determinant Coefficient (R^2)

Tabel 5. Determinant Coefficient Test

Indikator	R Square	Kategori
Kepercayaan Diri Investor	0.529	Kuat
Keputusan Investasi	0.591	Kuat

Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Diri Investor memiliki nilai R^2 sebesar 0,529 atau 52,9%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel FOMO, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko mampu menjelaskan variasi pada variabel Kepercayaan Diri Investor sebesar 52,9%, sedangkan 47,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria (Hair Junior *et al.*, 2017) nilai R^2 sebesar 0,417 termasuk dalam kategori kuat (*substantial*). Nilai koefisien determinasi (R^2) pada variabel Keputusan Investasi sebesar 0,591 atau 59,1%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel FOMO, Literasi Keuangan, Persepsi Keuangan, dan Kepercayaan Diri Investor mampu menjelaskan variasi pada variabel Keputusan Investasi sebesar 59,1%, sedangkan 40,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain

di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria (Hair Junior *et al.*, 2017) nilai R^2 sebesar 0,500 termasuk dalam kategori sedang ke kuat (*substantial*), sehingga model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi Keputusan Investasi.

Tabel 6. *Partial Test Results (T).*

Indikator	T statistics (O/STDEV)	P values
FOMO -> Kepercayaan diri Investor	6.335	0.000
FOMO -> Keputusan Investasi	6.546	0.000
Literasi Keuangan -> Kepercayaan diri Investor	10.964	0.000
Literasi Keuangan -> Keputusan Investasi	11.422	0.000
Persepsi Resiko -> Kepercayaan diri Investor	1.948	0.051
Persepsi Resiko -> Keputusan Investasi	0.383	0.702

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada Tabel 6, variabel FOMO terhadap Kepercayaan Diri Investor memperoleh nilai *T-statistic* sebesar 6,335 yang lebih besar dari t-tabel (1,96) dengan *P-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri Investor. Selanjutnya, variabel FOMO terhadap Keputusan Investasi memiliki nilai *T-statistic* sebesar 6,546 yang lebih besar dari 1,96 dengan *P-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi. Variabel Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan Diri Investor memperoleh nilai *T-statistic* sebesar 10,964 yang lebih besar dari 1,96 dengan *P-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri Investor.

Selanjutnya, variabel Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi memiliki nilai *T-statistic* sebesar 11,422 yang lebih besar dari 1,96 dengan *P-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi.

Sementara itu, variabel Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan Diri Investor memperoleh nilai *T-statistic* sebesar 1,948 yang lebih kecil dari 1,96 dengan *P-value* sebesar 0,051 yang lebih besar dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Diri Investor. Adapun variabel Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi memiliki nilai *T-statistic* sebesar 0,383 yang lebih kecil dari 1,96 dengan *P-value* sebesar 0,702 yang lebih besar dari 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko belum cukup kuat untuk memengaruhi kepercayaan diri investor maupun keputusan investasi secara langsung.

Tabel 7. Hypothesis testing results (direct relationship).

Indikator	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
FOMO -> Kepercayaan diri Investor	0.353	0.355	0.056	6.335	0.000
FOMO -> Keputusan Investasi	0.319	0.319	0.049	6.546	0.000
Literasi Keuangan -> Kepercayaan diri Investor	0.562	0.563	0.051	10.964	0.000
Literasi Keuangan -> Keputusan Investasi	0.581	0.581	0.051	11.422	0.000
Persepsi Risiko -> Kepercayaan diri Investor	-0.117	-0.117	0.060	1.948	0.051
Persepsi Risiko -> Keputusan Investasi	-0.021	-0.020	0.055	0.383	0.702

Pengaruh FOMO terhadap Kepercayaan Diri Investor

FOMO secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri Investor pada Generasi Z FOMO merupakan kecemasan yang muncul ketika seseorang merasa tertinggal dari pengalaman atau aktivitas yang dilakukan orang lain, khususnya dalam konteks investasi saham yang ramai di media sosial. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai *Original Sample* (β) sebesar 0,353, *T-statistic* sebesar 6,335, dan *P-value* sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa FOMO terbukti memberikan pengaruh positif terhadap Kepercayaan Diri Investor, sehingga Hipotesis H1 diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat FOMO yang dirasakan Generasi Z, maka semakin tinggi pula Kepercayaan Diri Investor dalam mengambil keputusan investasi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa bahwa FOMO memberikan pengaruh positif terhadap Kepercayaan Diri Investor, di mana adanya tekanan sosial dan rasa takut ketinggalan dapat meningkatkan keyakinan diri seseorang dalam berperilaku investasi (Apriliawati et al. 2025). Dorongan untuk tidak ketinggalan tren investasi dan melihat orang lain memperoleh keuntungan dari saham membuat individu menjadi lebih yakin dan berani mengambil keputusan.

Pengaruh FOMO terhadap Keputusan Investasi

FOMO secara langsung menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Z FOMO mendorong individu untuk segera mengambil tindakan investasi agar tidak merasa tertinggal dari rekan sebayanya yang telah lebih dulu mendapatkan keuntungan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai *Original Sample* (β) sebesar 0,319, *T-statistic* sebesar 6,546, dan *P-value* sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil

tersebut menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi, sehingga Hipotesis H2 diterima. Artinya, semakin tinggi FOMO yang dialami Generasi Z, maka semakin besar pula kemungkinan melakukan Keputusan Investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi di mana FOMO merupakan salah satu faktor psikologis yang mendorong seseorang untuk segera mengambil keputusan investasi (Kamil et al., 2024). Adanya informasi dan testimoni keuntungan di media sosial membuat Generasi Z terdorong untuk ikut berinvestasi tanpa berpikir panjang.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan Diri Investor

Literasi Keuangan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri Investor pada Generasi Z. Literasi keuangan mencerminkan pemahaman dan pengetahuan seseorang mengenai konsep keuangan, produk investasi, serta manajemen risiko. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai *Original Sample* (β) sebesar 0,562, *T-statistic* sebesar 10,964, dan *P-value* sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Literasi Keuangan terbukti memberikan pengaruh positif terhadap Kepercayaan Diri Investor, sehingga Hipotesis H3 diterima.

Artinya, semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan yang dimiliki Generasi Z, maka semakin tinggi pula Kepercayaan Diri Investor dalam mengambil keputusan investasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif terhadap kepercayaan diri investor dimana dengan adanya literasi keuangan yang tinggi dapat meningkatkan keyakinan dan kemandirian seseorang dalam berinvestasi (Kulintang & Putri, 2024). Pemahaman yang baik mengenai investasi membuat individu merasa lebih mampu menganalisis, mengelola risiko, dan yakin dengan keputusan yang diambil.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Literasi Keuangan secara langsung menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Z. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih rasional dan terinformasi dalam mengambil keputusan investasi. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai *Original Sample* (β) sebesar 0,581, *T-statistic* sebesar 11,422, dan *P-value* sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi, sehingga Hipotesis H4 diterima. Artinya, semakin tinggi Literasi Keuangan yang dimiliki Generasi Z, maka semakin besar pula kemungkinan melakukan Keputusan Investasi yang tepat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa literasi keuangan memberikan

pengaruh yang positif terhadap keputusan berinvestasi di mana merupakan faktor utama yang mempengaruhi kualitas keputusan investasi (Lestari et al., 2022).

Pengetahuan mengenai produk investasi, analisis fundamental, dan manajemen risiko membantu Generasi Z membuat keputusan investasi yang lebih terukur. Pengetahuan investasi merupakan fondasi utama bagi seseorang dalam memahami instrumen keuangan digital. Semakin baik pemahaman dan literasi seseorang mengenai instrumen investasi, maka semakin tinggi pula keyakinan dan minat mereka untuk mulai berinvestasi (Amanda & Tanjung, 2023).

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan Diri Investor

Persepsi Risiko secara langsung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri Investor pada Generasi Z. Persepsi Risiko mencerminkan pandangan dan kekhawatiran individu terhadap kondisi keuangan, fluktuasi harga, dan ketidakpastian pasar. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai *Original Sample* (β) sebesar -0,117, *T-statistic* sebesar 1,948, dan *P-value* sebesar 0,051 ($>0,05$). bahwa Persepsi Risiko tidak terbukti memberikan pengaruh terhadap Kepercayaan Diri Investor, sehingga Hipotesis H5 ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa kekhawatiran dan persepsi negatif terhadap risiko investasi belum cukup kuat untuk menurunkan Kepercayaan Diri Investor Generasi Z. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa persepsi risiko memberikan pengaruh terhadap kepercayaan diri investor (Ammara, 2025).

Perbedaan ini dapat disebabkan karena Generasi Z cenderung lebih optimis dan berani mengambil risiko dalam berinvestasi, sehingga persepsi risiko tidak secara langsung menurunkan kepercayaan diri mereka. Persepsi akan risiko kehilangan modal dan ketidakpastian pasar belum tentu dapat menurunkan keyakinan individu dalam mengambil keputusan investasi. Pemahaman yang memadai mengenai risiko investasi membantu investor dalam mengelola ekspektasi serta meminimalkan keraguan, sehingga persepsi risiko turut membentuk sikap rasional dalam keputusan berinvestasi (Amanda & Tanjung, 2023).

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi

Persepsi Risiko secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Z. Persepsi risiko mencerminkan bagaimana individu memandang risiko dan ketidakpastian dalam berinvestasi. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai *Original Sample* (β) sebesar -0,021, *T-statistic* sebesar 0,383, dan *P-value* sebesar 0,702 ($>0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi, sehingga Hipotesis H6 ditolak. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi risiko keuangan adalah pertimbangan utama investor (Dwiyantri & Ahmadi, 2024).

Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan oleh karakteristik unik dari demografi responden dalam penelitian ini, yaitu Generasi Z. Generasi Z dikenal sebagai *digital native* yang terpapar informasi keuangan secara masif dan cepat melalui media sosial. Dalam konteks ini, persepsi risiko keuangan yang biasanya menjadi penghambat rasional, sering kali dikesampingkan oleh faktor emosional yang lebih kuat, seperti *Fear of Missing Out* (FOMO) atau keinginan untuk mencoba hal baru dalam investasi. Selain itu, seperti yang didukung oleh studi penelitian sebelumnya, tingkat literasi keuangan yang cukup baik juga memberikan keyakinan bagi Generasi Z bahwa meskipun pasar berfluktuasi, mereka memiliki kemampuan untuk mengelola risiko tersebut. Oleh karena itu, kekhawatiran akan risiko keuangan tidak menjadi faktor penentu yang signifikan dalam keputusan mereka untuk berinvestasi (Lestari et al., 2022).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh FOMO, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan Diri Investor dan Keputusan Investasi pada Generasi Z. Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM), diperoleh nilai R-Square pada variabel Kepercayaan Diri Investor sebesar 0.529 dan pada variabel Keputusan Investasi sebesar 0,591. Hal ini menunjukkan bahwa variabel FOMO, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko mampu menjelaskan variasi Kepercayaan Diri Investor sebesar 52,9%, sedangkan variabel FOMO, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Diri Investor mampu menjelaskan variasi Keputusan Investasi sebesar 59,1%.

Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan sedang hingga kuat dalam menjelaskan Kepercayaan Diri Investor dan Keputusan Investasi pada Generasi Z.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri Investor dan Keputusan Investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi rasa takut tertinggal yang dirasakan Generasi Z, maka semakin tinggi pula kepercayaan diri dan dorongan untuk melakukan investasi. Literasi Keuangan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Diri Investor dan Keputusan Investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman Generasi Z mengenai keuangan dan produk investasi, maka semakin tinggi pula kepercayaan diri dan kualitas keputusan investasi yang diambil. Literasi Keuangan merupakan faktor yang paling dominan dalam model ini. Sementara itu, Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Diri Investor maupun terhadap Keputusan Investasi.

Hal ini mengindikasikan bahwa kekhawatiran terhadap fluktuasi harga dan ketidakpastian pasar belum cukup kuat untuk menurunkan kepercayaan diri investor maupun menghambat Generasi Z dalam mengambil keputusan investasi. Temuan ini diduga disebabkan karakteristik Generasi Z sebagai digital native yang cenderung lebih optimis dan dipengaruhi kuat oleh faktor FOMO serta didukung oleh tingkat literasi keuangan yang baik. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa FOMO dan Literasi Keuangan merupakan faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi Kepercayaan Diri Investor dan Keputusan Investasi pada Generasi Z dibandingkan Persepsi Risiko.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Generasi Z meningkatkan Literasi Keuangan melalui edukasi mengenai produk investasi, analisis risiko, dan manajemen keuangan pribadi agar dapat mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan tidak hanya terdorong oleh FOMO. Generasi Z juga perlu mengelola Persepsi Risiko dengan baik agar kekhawatiran terhadap risiko tidak menurunkan kepercayaan diri dalam berinvestasi, namun tetap mempertimbangkan aspek fundamental sebelum mengambil keputusan.

Bagi perusahaan sekuritas dan lembaga keuangan, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi untuk menyediakan edukasi investasi yang berkelanjutan, transparansi informasi produk, serta kampanye literasi keuangan digital yang menasar Generasi Z. Selain itu, penting untuk memberikan pemahaman mengenai risiko investasi agar investor tidak hanya terdorong oleh FOMO dan tren di media sosial.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti *self-control*, *financial behavior*, *financial well-being*, pengaruh media sosial, atau pendapatan, serta memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan mampu menjelaskan faktor-faktor lain yang memengaruhi Kepercayaan Diri Investor dan Keputusan Investasi pada Generasi Z.

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, I., Pradesa, H. A., Taufik, N. I., & Wijayanti, R. (2025). Persepsi risiko yang dirasakan mahasiswa berkaitan minat berinvestasi di pasar modal. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan*, 6(1), 7–8. <https://doi.org/10.31967/jakuma.v6i1.1428>
- Akbal, F. (2025). Narasi digital dan keputusan finansial: Tinjauan sistematis tentang pengaruh media sosial terhadap perilaku investor dan analisis keuangan. *The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 3, 1262–1278. <https://doi.org/10.61579/future.v3i3.577>
- Amanda, K. T., & Tanjung, A. A. (2023). Analisis pengetahuan investasi, return, dan risiko terhadap minat berinvestasi online di aplikasi Bibit. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7, 3375–3385. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1753>
- Ambarwati, R. (2024). *Analisis perilaku overconfidence investor saham millennial dengan pendekatan social network theory*.
- Ammara, R. (2025). *Pengaruh overconfidence bias dalam pengambilan keputusan investasi (saham) dengan persepsi risiko sebagai variabel mediasi* [Thesis, STIE Bank BPD Jateng]. <http://eprints.stiebankbpdjateng.ac.id/id/eprint>
- Apriliawati, I. P., Slamet, R., Indriastuti, D. R., & Slamet, R. (2025). Pengaruh financial technology, FOMO (*fear of missing out*), literasi keuangan, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(3), 385–396.
- Badan Pusat Statistik Kota Medan. (2025). *Kota Medan dalam angka 2025*. Badan Pusat Statistik Kota Medan.
- Cikitha, P. R. E. (2021). *Pengaruh herding, overconfidence bias, dan sentimen pasar terhadap keputusan investasi pada pasar saham*. ResearchGate.
- Dwiyanti, H., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh literasi keuangan, pendapatan, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi saham. *Journal of Exploratory Dynamic Problems*, 1, 160–169. <https://doi.org/10.31004/edp.v1i4.108>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Halimah, S. N., Alkarim, M. G., Amelia, A., & Afrianty, N. (2025). Risk management as a determinant of stock trading behavior. *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 2(2), 187–196. <https://doi.org/10.37676/jemba.v2i2.1047>
- Hidayat, V. E., & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan toleransi risiko terhadap keputusan investasi pada saham. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(3), 767–776. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19771>
- Kamil, M. I., Ahmad, G. N., & Widyastuti, U. (2024). Determinan keputusan investasi: Studi pada generasi sandwich. *Journal of Business Application*, 3, 19–31. <https://doi.org/10.55098/jba.v3.i1.p19-31>
- Karamoy, N. C. (2025). *Pengaruh persepsi risiko, herding, dan kemajuan teknologi terhadap keputusan investasi Gen Z pengguna X (Twitter)*. Universitas Lampung.

- Kulintang, A., & Putri, E. (2024). Peran literasi keuangan, risk tolerance, overconfidence, serta financial technology dalam mendorong keputusan investasi. *JRAP (Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan)*, 11(1), 39–55. <https://doi.org/10.35838/jrap.2024.011.01.04>
- Kurniawan, D., & Rojabi, M. A. (2026). *Bibit: Revolusi budaya investasi masa kini*. Afdan Rojabi.
- Lestari, M., Pangestuti, D. C., & Fadila, A. (2022). Analisis literasi keuangan, pendapatan, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi serta perilaku keuangan sebagai variabel intervening. *Akurasi: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 4(1), 33–46. <https://doi.org/10.35957/prmm.v4i1.3302>
- Melindasari, F., & Oktapiani, S. (2023). Pengaruh literasi keuangan, toleransi risiko, kontrol ilusi, dan kepercayaan diri terhadap keputusan investasi di pasar modal. *Journal of Management and Business*, 1(1), 10–19. <https://doi.org/10.61971/advantage.v1i1.9>
- Multazam, M. Z. (2026). Efektivitas strategi *fear of missing out* (FOMO) dalam meningkatkan volume penjualan. *Journal of Management and Business Sciences*, 2(1), 193–203.
- Nurrohman, K. (2024). *Analisis pengaruh pengetahuan investasi dan informasi akuntansi terhadap minat berinvestasi Gen Z di pasar modal*. Universitas Lampung.
- Perkasa, D. H., Purwanto, S., Ariani, M., Vitriani, N., & Parashakti, D. (2024). Literasi keuangan untuk siswa SMKN 16 Jakarta Pusat. *Jurnal Abdi MOESTOPO*, 7(1), 109–116. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v7i1.3696>
- Prajawati, M. R. F. K. M. I. (2025). Dampak tingkat literasi keuangan, FOMO, dan overconfidence terhadap pengambilan keputusan investasi mahasiswa UIN Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(10), 80–92.
- Pratama, M. F. A., & Nawangsari, A. T. (2025). Pengaruh fear of missing out (FOMO) dan herding behavior terhadap keputusan investasi generasi Z: Studi kualitatif pada mahasiswa akuntansi FEBI UINSA semester 1 dan 3. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 1396–1404.
- Rahman, F., Djaja, M. H., Lestari, D., Legenda, S. A., & Fitriani, S. A. (2025). Digital dalam keputusan berinvestasi saham online. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2, 161–172.
- Salim, D. Z., & Pamungkas, A. S. (2025). Pengaruh financial literacy, risk tolerance, dan overconfidence terhadap investment decision investor. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 7(2), 456–464. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i2.34001>
- Sari, N. W., & Tanjung, A. A. (2024). Pengaruh lingkungan dan gaya hidup hedonisme terhadap manajemen keuangan mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(1), 65–79. <https://doi.org/10.30588/jmp.v14i1.1542>
- Triyani, R. A., & Tanjung, A. A. (2023). Pengaruh tingkat pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan kepribadian terhadap perilaku manajemen keuangan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7, 2301–2315. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1604>