

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *FINANCIAL* LITERASI
TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PADA GENERASI Z DI KOTA BEKASI
DENGAN PERSEPSI RISIKO
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Aji Saputra, Ari Sulistyowati, Bayu Seno Pitoyo
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Correspondence		
Email: ajisaputra12is1@gmail.com	No. Telp:	
Submitted: 23 Juli 2026	Accepted: 2 Agustus 2026	Published: 3 Agustus 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi pada Generasi Z di Kota Bekasi dengan persepsi risiko sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi. Sampel penelitian berjumlah 77 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data diolah menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fear of Missing Out (FOMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Sebaliknya, literasi keuangan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Selain itu, persepsi risiko tidak mampu memoderasi hubungan antara Fear of Missing Out dan keputusan investasi maupun hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan investasi Generasi Z di Kota Bekasi lebih dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan kemampuan memahami risiko investasi dibandingkan faktor psikologis akibat Fear of Missing Out. Peningkatan literasi keuangan dan edukasi mengenai risiko investasi perlu terus dilakukan untuk mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian dengan mencakup lebih banyak kota lainnya. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan investasi. Penelitian selanjutnya diharapkan jangan menggunakan pendekatan cross-sectional dan diharapkan menggunakan pendekatan longitudinal, sehingga dapat menggambarkan perubahan perilaku investasi dari waktu ke waktu. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel moderasi lain, agar memperoleh model penelitian yang lebih komprehensif.

Kata kunci: *Fear of Missing Out (FOMO)*, Financial Literasi, persepsi risiko, Keputusan investasi, Generasi Z

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Fear of Missing Out (FOMO) and financial literacy on investment decisions among Generation Z in Bekasi City with risk perception as a moderating variable. The study uses a quantitative approach with a survey method. Population. The research sample consisted of 77 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were processed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with the help of SmartPLS 4. The results showed that Fear of Missing Out (FOMO) had no significant effect on investment decisions. Conversely, financial literacy and risk perception had a positive and significant effect on investment decisions. In addition, risk perception was unable to moderate the relationship between Fear of Missing Out and investment decisions or the relationship between financial literacy and investment decisions. These findings indicate that investment decisions of Generation Z in Bekasi City are more influenced by the level of financial literacy and the ability to understand investment risks than psychological factors due to Fear of Missing Out. Increasing financial literacy and education regarding investment risks needs to be continuously carried out to support more rational investment decision-making. Future research is expected to expand the research object to include more cities. Further research is expected to include other variables that could potentially influence investment decisions. Future research should avoid using a cross-sectional approach and instead employ a longitudinal approach, thus depicting changes in investment behavior over time. Further research is expected to use other moderating variables to obtain a more comprehensive research model.

Keywords: Fear of Missing Out (FOMO), Financial literacy, risk perception, investment decision, Generation Z.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap investasi di Indonesia melalui kemudahan akses terhadap berbagai instrumen keuangan berbasis digital. Platform investasi daring, media sosial, dan aplikasi teknologi finansial memungkinkan masyarakat untuk berinvestasi dengan lebih mudah, cepat, dan efisien. Perubahan tersebut mendorong peningkatan partisipasi investor ritel, terutama dari kalangan Generasi Z yang merupakan kelompok masyarakat yang tumbuh dan berkembang bersama teknologi digital. Generasi ini memiliki karakteristik adaptif terhadap inovasi teknologi serta menjadikan media digital sebagai sumber utama informasi, termasuk dalam pengambilan keputusan investasi (Hariyani & Prasetyo, 2024; Choirunnisa & Syafrida, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya mengubah perilaku konsumsi, tetapi juga membentuk perilaku keuangan generasi muda melalui akses informasi yang semakin luas dan cepat.

Fenomena tersebut tercermin pada pertumbuhan jumlah investor pasar modal Indonesia. Data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menunjukkan bahwa jumlah investor pasar modal mencapai sekitar 20,13 juta Single Investor Identification (SID) pada tahun 2025 atau meningkat sekitar 35% dibandingkan tahun sebelumnya. Lebih dari separuh investor tersebut berasal dari kelompok usia di bawah 30 tahun, sehingga Generasi Z menjadi kelompok yang mendominasi pasar modal Indonesia. Di sisi lain, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Kota Bekasi memiliki struktur penduduk yang didominasi usia produktif muda, sehingga wilayah ini memiliki potensi besar sebagai representasi perilaku investasi Generasi Z. Besarnya proporsi investor muda tersebut mengindikasikan bahwa keputusan investasi generasi ini akan memberikan dampak terhadap perkembangan pasar keuangan Indonesia pada masa mendatang.

Meskipun partisipasi investasi meningkat, kualitas keputusan investasi Generasi Z masih menjadi perhatian. Kemudahan memperoleh informasi melalui media sosial tidak selalu diikuti dengan kemampuan mengevaluasi informasi secara rasional. Paparan informasi yang bersifat viral sering kali mendorong individu mengambil keputusan berdasarkan tren dibandingkan analisis fundamental. Kondisi tersebut memunculkan fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*, yaitu dorongan psikologis untuk segera mengikuti peluang investasi karena khawatir tertinggal dari orang lain (Przybylski et al., 2013). Dalam konteks investasi, FOMO mendorong individu melakukan tindakan secara cepat melalui mekanisme *social comparison* dan *bandwagon effect*, sehingga keputusan investasi lebih dipengaruhi tekanan sosial daripada pertimbangan rasional (Laraga, 2025). Bahkan, paparan media sosial dan influencer keuangan terbukti mampu meningkatkan persepsi peluang keuntungan sekaligus memperkuat tekanan psikologis untuk segera berinvestasi (Agarwal, 2025).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh terhadap perilaku investasi, namun hasilnya belum konsisten. Beberapa penelitian menemukan bahwa FOMO berpengaruh positif terhadap keputusan investasi karena mendorong individu lebih aktif berinvestasi (Aizzat Haqiqi & Mohammad Khusnu Milad, 2025; Rachman & Purwaningrum, 2025). Sebaliknya, penelitian lain melaporkan bahwa pengaruh FOMO tidak signifikan karena keputusan investasi juga dipengaruhi faktor-faktor lain seperti literasi keuangan, pengaruh media sosial, maupun karakteristik individu (Apriliawati & Indriastuti, 2025; Sri Artini & Darma, 2024). Inkonsistensi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara FOMO dan keputusan investasi masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Selain faktor psikologis, literasi keuangan merupakan aspek penting dalam menentukan kualitas keputusan investasi. Literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu memahami konsep keuangan, mengenali risiko, serta memilih instrumen investasi yang sesuai. Namun demikian, hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih lebih rendah

dibandingkan tingkat inklusi keuangan. Kesenjangan tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat telah memiliki akses terhadap berbagai produk keuangan, tetapi belum sepenuhnya memahami karakteristik maupun risiko setiap instrumen investasi. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi Generasi Z yang merupakan pengguna aktif teknologi digital sekaligus kelompok investor terbesar di Indonesia.

Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi juga menunjukkan hasil yang beragam. Sejumlah penelitian menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi karena meningkatkan kemampuan individu melakukan analisis secara rasional (Laturette et al., 2021; Ghifari & Irawan, 2022; Li et al., 2025). Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa literasi keuangan yang tinggi belum tentu menghasilkan keputusan investasi yang lebih baik apabila individu tetap dipengaruhi oleh faktor psikologis dan bias perilaku (Kue & Ristianawati, 2025). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan kognitif saja belum cukup menjelaskan perilaku investasi Generasi Z.

Perspektif Behavioral Finance menjelaskan bahwa keputusan investasi tidak selalu didasarkan pada rasionalitas sempurna, tetapi dipengaruhi oleh emosi, bias kognitif, dan persepsi individu terhadap risiko (Kahneman & Tversky, 1979). Dalam perspektif ini, individu yang memiliki literasi keuangan tinggi maupun dorongan FOMO yang kuat belum tentu mengambil keputusan investasi apabila mereka memandang risiko investasi terlalu besar. Oleh karena itu, persepsi risiko diperkirakan berperan sebagai faktor yang dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan antara FOMO, literasi keuangan, dan keputusan investasi. Persepsi risiko menjadi mekanisme psikologis yang menjelaskan mengapa individu dengan karakteristik yang sama dapat menghasilkan keputusan investasi yang berbeda (Sindhu & H, 2022).

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengaruh langsung FOMO atau literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Penelitian yang mengintegrasikan kedua variabel tersebut dengan persepsi risiko sebagai variabel moderasi masih relatif terbatas, khususnya pada konteks Generasi Z di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan inkonsistensi mengenai pengaruh FOMO maupun literasi keuangan terhadap keputusan investasi sehingga diperlukan model yang mampu menjelaskan kondisi tersebut secara lebih komprehensif. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang berkaitan dengan belum optimalnya penjelasan mengenai peran persepsi risiko dalam memoderasi hubungan antara faktor psikologis dan faktor kognitif terhadap keputusan investasi.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengembangan model yang mengintegrasikan Fear of Missing Out (FOMO) dan literasi keuangan sebagai determinan keputusan investasi dengan persepsi risiko sebagai variabel moderasi pada Generasi Z di Kota Bekasi. Model ini diharapkan mampu memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai bagaimana interaksi antara faktor emosional, kemampuan kognitif, dan evaluasi risiko membentuk perilaku investasi generasi muda di era digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi Generasi Z serta menguji peran persepsi risiko dalam memoderasi hubungan kedua variabel tersebut terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *behavioral finance* sekaligus menjadi masukan bagi regulator, lembaga keuangan, dan penyelenggara edukasi keuangan dalam merancang strategi peningkatan kualitas keputusan investasi pada Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal untuk menganalisis pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi dengan persepsi risiko sebagai variabel moderasi. Penelitian dilaksanakan pada Generasi Z yang berdomisili di Kota Bekasi karena wilayah tersebut memiliki proporsi penduduk usia produktif yang tinggi sekaligus menunjukkan peningkatan partisipasi investor muda.

Populasi penelitian adalah seluruh Generasi Z di Kota Bekasi. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden: (1) termasuk Generasi Z, (2) memiliki pengetahuan mengenai investasi, (3) pernah menggunakan platform investasi digital, (4) memiliki pengalaman berinvestasi, serta (5) aktif menggunakan media sosial atau internet. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun daring kepada responden yang memenuhi kriteria tersebut, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku referensi, laporan Badan Pusat Statistik (BPS), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI).

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Variabel Fear of Missing Out (FOMO) diukur menggunakan lima indikator, yaitu keterhubungan sosial, kebutuhan kompetensi, kebutuhan otonomi, keterbukaan informasi di media sosial, dan *opportunity bias*. Variabel literasi keuangan diukur melalui empat indikator yang meliputi *general personal finance knowledge*, *savings and borrowings*, *insurance*, dan *investment*. Variabel persepsi risiko terdiri atas lima indikator, yaitu risiko keuangan, risiko kinerja, risiko psikologis, risiko sosial, dan risiko waktu. Sementara itu, variabel keputusan investasi diukur menggunakan tiga indikator, yaitu *return*, *risk*, dan *time factor*.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS. Tahap pertama adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban setiap variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan evaluasi outer model melalui pengujian validitas konvergen menggunakan nilai *outer loading* ($>0,70$) dan *Average Variance Extracted* (AVE $>0,50$), validitas diskriminan menggunakan *cross loading*, serta reliabilitas konstruk menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* ($>0,70$).

Tahap berikutnya adalah evaluasi inner model dengan menganalisis koefisien jalur (*path coefficient*), koefisien determinasi (R^2), dan ukuran efek (f^2) untuk menilai kemampuan model menjelaskan hubungan antarvariabel. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping dengan tingkat signifikansi 5%. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$. Pengujian efek moderasi dilakukan melalui pembentukan konstruk interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi untuk mengetahui apakah persepsi risiko memperkuat atau memperlemah pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) maupun literasi keuangan terhadap keputusan investasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 77 responden yang merupakan Generasi Z di Kota Bekasi. Responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Karakteristik responden disajikan berdasarkan usia, domisili, dan pekerjaan untuk memberikan gambaran mengenai profil responden penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

<i>Karakteristik</i>	<i>Kategori</i>	<i>Frekuensi (n)</i>	<i>Persentase (%)</i>
<i>Usia</i>	<i>14–18 tahun</i>	8	10,4
	<i>19–24 tahun</i>	64	83,1
	<i>25–29 tahun</i>	5	6,5
<i>Domisili</i>	<i>Bekasi Barat</i>	15	19,5
	<i>Bekasi Timur</i>	16	20,8
	<i>Bekasi Selatan</i>	13	16,9
	<i>Bekasi Utara</i>	10	13,0
	<i>Lainnya</i>	23	29,8
<i>Pekerjaan</i>	<i>Mahasiswa/Pelajar</i>	58	75,3
	<i>Karyawan Swasta</i>	15	19,5
	<i>PNS/BUMN</i>	1	1,3
	<i>Wirausaha</i>	3	3,9

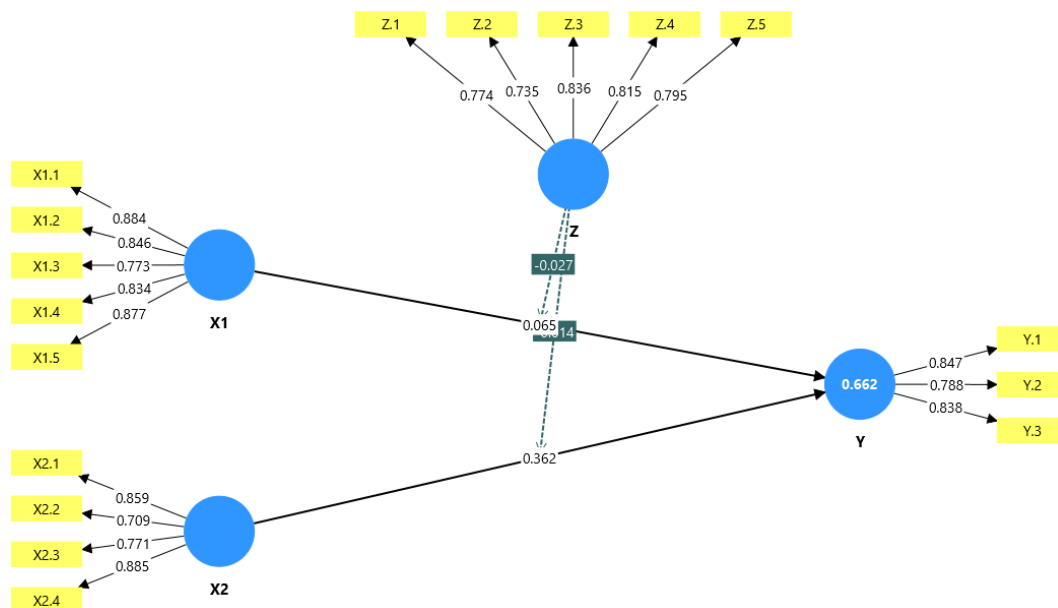
Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berusia 19–24 tahun sebanyak 64 responden (83,1%), sedangkan responden berusia 14–18 tahun sebanyak 8 orang (10,4%) dan usia 25–29 tahun sebanyak 5 orang (6,5%). Berdasarkan domisili, responden terbanyak berasal dari Kecamatan Bekasi Timur sebanyak 16 orang (20,8%), diikuti Bekasi Barat sebanyak 15 orang (19,5%), Bekasi Selatan sebanyak 13 orang (16,9%), Bekasi Utara sebanyak 10 orang (13,0%), dan kecamatan lainnya sebanyak 23 orang (29,8%). Sementara itu, berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden merupakan mahasiswa/pelajar sebanyak 58 orang (75,3%), diikuti karyawan swasta sebanyak 15 orang (19,5%), wirausaha sebanyak 3 orang (3,9%), dan PNS/BUMN sebanyak 1 orang (1,3%).

Komposisi responden tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh Generasi Z yang berada pada usia produktif awal dan masih menempuh pendidikan tinggi. Karakteristik tersebut sesuai dengan fenomena meningkatnya partisipasi Generasi Z dalam penggunaan teknologi digital dan platform investasi daring sehingga relevan untuk mengkaji hubungan antara *Fear of Missing Out* (FOMO), literasi keuangan, persepsi risiko, dan keputusan investasi.

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk penelitian secara valid dan reliabel. Pengujian meliputi validitas konvergen menggunakan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), serta reliabilitas konstruk menggunakan *Composite Reliability*.

Gambar 1. Outer Model SmartPLS



Gambar 1 menunjukkan hubungan antara konstruk laten dengan indikator pembentuknya. Seluruh indikator pada variabel *Fear of Missing Out* (FOMO), literasi keuangan, persepsi risiko, dan keputusan investasi memiliki nilai *loading factor* yang memenuhi batas minimum yang dipersyaratkan sehingga layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Validitas Konvergen

Hasil pengujian validitas konvergen disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai Outer Loading

Item	Hasil <i>Outer Loading</i>	Syarat <i>Convergent Validity</i>	Kesimpulan
X1 1	0,884	0,7	Valid
X1 2	0,846	0,7	Valid
X1 3	0,773	0,7	Valid
X1 4	0,834	0,7	Valid
X1 5	0,877	0,7	Valid
X2 1	0,859	0,7	Valid
X2 2	0,709	0,7	Valid
X2 3	0,771	0,7	Valid
X2 4	0,885	0,7	Valid
Y 1	0,847	0,7	Valid
Y 2	0,788	0,7	Valid
Y 3	0,838	0,7	Valid
Z 1	0,774	0,7	Valid
Z 2	0,735	0,7	Valid
Z 3	0,836	0,7	Valid

Z 4	0,815	0,7	Valid
Z 5	0,795	0,7	Valid

Berdasarkan Tabel 2, seluruh indikator penelitian memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen. Pada variabel FOMO, nilai *loading factor* berkisar antara 0,773–0,884, dengan indikator X1.1 memiliki nilai tertinggi sebesar 0,884. Variabel literasi keuangan memiliki nilai *loading factor* antara 0,709–0,885, dengan indikator X2.4 sebagai indikator terkuat sebesar 0,885. Pada variabel keputusan investasi, seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* antara 0,788–0,847, sedangkan pada variabel persepsi risiko nilai *loading factor* berada pada rentang 0,735–0,836. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara memadai.

Selanjutnya, validitas konvergen juga dievaluasi menggunakan nilai AVE dan reliabilitas konstruk melalui nilai *Composite Reliability* sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai AVE dan Composite Reliability

Variabel	AVE	Composite Reliability	Keterangan
Fear of Missing Out	0,712	0,903	Valid dan Reliabel
Literasi Keuangan	0,654	0,837	Valid dan Reliabel
Keputusan Investasi	0,681	0,770	Valid dan Reliabel
Persepsi Risiko	0,627	0,853	Valid dan Reliabel

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50 dan nilai *Composite Reliability* melebihi 0,70. Dengan demikian, seluruh konstruk penelitian memenuhi persyaratan validitas konvergen dan reliabilitas sehingga layak digunakan pada tahap analisis model struktural.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel endogen. Pengujian dilakukan menggunakan koefisien determinasi (R^2).

Tabel 4. Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel Endogen	R^2	Adjusted R^2
Keputusan Investasi	0,662	0,639

Berdasarkan Tabel 4, nilai R^2 untuk variabel keputusan investasi sebesar 0,662 dengan nilai *Adjusted R^2* sebesar 0,639. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kombinasi variabel FOMO, literasi keuangan, dan interaksi persepsi risiko mampu menjelaskan 63,9% variasi keputusan investasi. Sementara itu, sebesar 36,1% variasi keputusan investasi dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang berada pada kategori sedang.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS dengan tingkat signifikansi 5%. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05.

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Antarvariabel	Koefisien Jalur (β)	t-statistic	p-value	Keputusan
H1	FOMO $\rightarrow$ Keputusan Investasi	0,065	0,600	0,549	Ditolak
H2	Literasi Keuangan $\rightarrow$ Keputusan Investasi	0,362	3,135	0,002	Diterima
H3	Persepsi Risiko $\times$ FOMO $\rightarrow$ Keputusan Investasi	-0,027	0,265	0,791	Ditolak
H4	Persepsi Risiko $\times$ Literasi Keuangan $\rightarrow$ Keputusan Investasi	-0,014	0,168	0,867	Ditolak

Berdasarkan Tabel 5, hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak karena FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi ($\beta = 0,065$; $t = 0,600$; $p = 0,549$). Sebaliknya, hipotesis kedua (H2) diterima karena literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi ($\beta = 0,362$; $t = 3,135$; $p = 0,002$).

Selanjutnya, hasil pengujian efek moderasi menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak mampu memoderasi hubungan antara FOMO dan keputusan investasi ($\beta = -0,027$; $t = 0,265$; $p = 0,791$), maupun hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi ($\beta = -0,014$; $t = 0,168$; $p = 0,867$). Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dan hipotesis keempat (H4) dinyatakan ditolak.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Kota Bekasi. Pengujian hipotesis menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,065 dengan nilai *t-statistic* sebesar 0,600 dan *p-value* sebesar 0,549, sehingga hipotesis pertama ditolak. Meskipun koefisien jalur menunjukkan arah hubungan positif, besarnya pengaruh yang relatif kecil serta tidak signifikannya hubungan tersebut mengindikasikan bahwa FOMO bukan merupakan faktor utama yang menentukan keputusan investasi responden. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan investasi Generasi Z lebih dipengaruhi oleh pertimbangan rasional dibandingkan dorongan emosional yang muncul akibat kekhawatiran tertinggal dari investor lain, sebagaimana dijelaskan dalam perspektif *Behavioral Finance* (Kahneman & Tversky, 1979).

Temuan ini menunjukkan bahwa tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh Generasi Z tidak selalu diikuti oleh kecenderungan mengambil keputusan investasi secara impulsif. Informasi mengenai peluang investasi yang diperoleh melalui media sosial tampaknya lebih dimanfaatkan sebagai sumber referensi daripada dijadikan dasar utama dalam menentukan keputusan investasi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki kemampuan untuk melakukan penyaringan (*filtering*) terhadap informasi yang diterima sebelum memutuskan untuk melakukan investasi. Hasil ini memperlihatkan bahwa keberadaan media sosial tidak selalu menghasilkan perilaku investasi yang irasional, tetapi bergantung pada kemampuan individu dalam mengevaluasi informasi yang diperoleh (Przybylski et al., 2013; Laraga, 2025).

Berdasarkan hasil evaluasi model pengukuran, seluruh indikator FOMO memenuhi kriteria validitas dengan nilai *outer loading* di atas 0,70. Indikator dengan kontribusi terbesar adalah keterhubungan sosial (*social connectedness*) dengan nilai *loading factor* sebesar 0,884, diikuti indikator *opportunity bias* sebesar 0,877. Temuan tersebut menunjukkan bahwa rasa ingin tetap terhubung dengan lingkungan sosial dan kekhawatiran kehilangan peluang investasi

merupakan aspek yang paling dominan dalam membentuk FOMO pada responden. Namun demikian, kuatnya kedua indikator tersebut tidak diikuti oleh peningkatan keputusan investasi secara signifikan. Dengan kata lain, FOMO hanya menggambarkan kondisi psikologis responden tanpa secara langsung memengaruhi perilaku investasi.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui perspektif *Behavioral Finance* yang menyatakan bahwa keputusan investasi tidak selalu didasarkan pada rasionalitas sempurna, tetapi juga dipengaruhi oleh emosi, bias kognitif, dan persepsi individu terhadap risiko (Kahneman & Tversky, 1979). Di sisi lain, *Efficient Market Hypothesis* menjelaskan bahwa investor yang memiliki kemampuan mengolah informasi secara baik akan cenderung mengambil keputusan investasi secara rasional karena informasi yang tersedia telah tercermin dalam pasar (Fama, 1969). Oleh karena itu, meskipun responden mengalami FOMO, mereka tetap melakukan evaluasi terhadap informasi yang diterima sebelum mengambil keputusan investasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor psikologis belum mampu mendominasi proses pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z di Kota Bekasi.

Karakteristik responden penelitian turut memperkuat temuan tersebut. Sebagian besar responden merupakan mahasiswa atau pelajar berusia 19–24 tahun yang telah mengenal berbagai platform investasi digital, namun masih berada pada tahap awal pengalaman investasi. Kondisi tersebut menyebabkan responden cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan karena memiliki keterbatasan pengalaman, modal investasi, maupun kemampuan menanggung risiko. Oleh sebab itu, dorongan emosional akibat FOMO belum cukup kuat untuk mengubah keputusan investasi yang diambil.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital tidak selalu menghasilkan perilaku investasi yang irasional. Sebagai *digital native*, Generasi Z memiliki kemudahan mengakses berbagai sumber informasi investasi sehingga mampu membandingkan informasi dari berbagai platform sebelum mengambil keputusan. Kemudahan memperoleh informasi tersebut justru dapat meningkatkan kualitas proses pengambilan keputusan apabila diimbangi dengan kemampuan mengevaluasi informasi secara kritis (Hariyani & Prasetyo, 2024). Selain itu, karakteristik Generasi Z yang terbiasa memanfaatkan teknologi digital menjadikan media sosial lebih berperan sebagai sarana memperoleh informasi daripada sebagai faktor utama yang menentukan keputusan investasi (Choirunnisa & Syafrida, 2025).

Temuan penelitian ini sejalan dengan Apriliawati dan Indriastuti (2025), Putri dan Hamidi (2025), serta Choirunnisa dan Syafrida (2025) yang menyatakan bahwa FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Ketiga penelitian tersebut menjelaskan bahwa investor muda cenderung mengutamakan kemampuan analisis, pemahaman terhadap karakteristik instrumen investasi, serta evaluasi informasi dibandingkan sekadar mengikuti tren investasi yang berkembang di media sosial. Kesamaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan literasi investasi dan pengalaman dalam menggunakan platform investasi digital mampu mengurangi dominasi faktor emosional dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Di sisi lain, hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian yang menyimpulkan bahwa FOMO berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Perbedaan hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik responden, tingkat pengalaman investasi, kondisi pasar, maupun perbedaan objek penelitian. Pada penelitian ini, mayoritas responden merupakan investor muda yang masih berada pada tahap pembelajaran sehingga keputusan investasi lebih banyak didasarkan pada pertimbangan pribadi daripada tekanan sosial yang berkembang di media digital.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan investasi bersifat kontekstual. FOMO tidak selalu menjadi determinan utama keputusan investasi ketika investor memiliki kemampuan melakukan

evaluasi terhadap informasi yang diterima dan memahami karakteristik investasi. Dengan demikian, keputusan investasi Generasi Z lebih dipengaruhi oleh kemampuan mengolah informasi dibandingkan dorongan emosional akibat tren investasi yang berkembang di media sosial.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa upaya meningkatkan kualitas keputusan investasi Generasi Z tidak cukup dilakukan dengan mengurangi paparan media sosial atau tren investasi yang sedang berkembang. Program edukasi investasi sebaiknya lebih difokuskan pada peningkatan kemampuan analisis, literasi keuangan, serta kemampuan mengevaluasi risiko sehingga investor muda mampu mengambil keputusan investasi berdasarkan informasi yang objektif dan rasional. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan perilaku investasi yang lebih berkualitas dan berkelanjutan di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi dengan persepsi risiko sebagai variabel moderasi pada Generasi Z di Kota Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki arah pengaruh positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Sebaliknya, literasi keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, yang menunjukkan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan seseorang, semakin baik pula kualitas keputusannya. Selain itu, persepsi risiko tidak terbukti memoderasi hubungan antara FOMO dan keputusan investasi maupun hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi. Dengan demikian, keputusan investasi Generasi Z dalam penelitian ini lebih dipengaruhi oleh kemampuan memahami dan mengevaluasi informasi keuangan dibandingkan oleh dorongan psikologis akibat FOMO maupun interaksi persepsi risiko.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *behavioral finance*, khususnya dalam menjelaskan bahwa faktor psikologis tidak selalu menjadi determinan utama keputusan investasi pada Generasi Z. Temuan ini juga menegaskan pentingnya literasi keuangan sebagai faktor yang lebih dominan dalam membentuk keputusan investasi yang rasional di era digital. Dari sisi praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi regulator, lembaga pendidikan, dan penyedia layanan investasi digital untuk memperkuat program edukasi literasi keuangan sebagai upaya meningkatkan kualitas keputusan investasi generasi muda.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada Generasi Z di Kota Bekasi sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada kelompok usia maupun wilayah lain dengan karakteristik yang berbeda. Kedua, model penelitian hanya melibatkan variabel FOMO, literasi keuangan, dan persepsi risiko, sehingga masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi. Ketiga, penelitian menggunakan desain *cross-sectional*, sehingga belum mampu menggambarkan perubahan perilaku investasi dalam jangka panjang. Selain itu, persepsi risiko sebagai variabel moderasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, sehingga masih diperlukan pengujian dengan model konseptual yang berbeda.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian serta melibatkan jumlah responden yang lebih besar agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Penelitian berikutnya juga dapat menambahkan variabel lain yang relevan, seperti *financial behavior*, *financial self-efficacy*, *overconfidence*, *herding behavior*, atau pengaruh media sosial, sehingga model penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan desain penelitian longitudinal

maupun pendekatan *mixed methods* dapat dipertimbangkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika perilaku investasi Generasi Z dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliawati, I. P., & Indriastuti, D. R. (2025). *Pengaruh Financial Technology, FOMO (Fear of Missing Out), Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(3), 385–396. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i3.4170>
- Badan Pusat Statistik Kota Bekasi. (2026). *Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Bekasi*. <https://bekasikota.bps.go.id>
- Choirunnisa, F., & Syafrida, I. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kemudahan Akses, dan Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Minat Berinvestasi Saham Syariah pada Generasi Z di Jabodetabek*. *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ*, 6(1).
- Dasra Viana, E., Febrianti, F., & Ratna Dewi, F. (2021). *Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 12(3), 252–264.
- Fama, E. F. (1969). *Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work*. *American Finance Association*, 25(2).
- Ghifari, M. S., & Irawan, A. (2022). *The Effect of Financial Literacy and Risk Perception on the Selection of Investment Instruments Decision among Generation Z in Greater Jakarta and Bandung*.
- Hair, J. F., Jr., et al. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer Nature.
- Hariyani, R., & Prasetyo, T. (2024). *Consumer Behavior Generasi Z: Aspek E-wallet dan Financial Literacy*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 34–41. <https://doi.org/10.31294/jab.v4i2.3725>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*. *Econometrica*, 47(2).
- Kue, A., & Ristianawati, Y. (2025). *Keputusan Investasi: Literasi Keuangan, Perilaku, dengan Moderasi Persepsi Risiko*. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Kewirausahaan*, 1(1).
- Laraga, A. G. (2025). *Understanding the “Fear of Missing Out” (FOMO) Phenomenon among Retail Investors in the Indonesian Capital Market: A Literature Review*. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 10(2), 310–319. <https://doi.org/10.30871/jaat.v10i2.10625>
- Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). *Literasi Keuangan pada Generasi Z*. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 131–139.
- Li, Y., Delfabbro, P., & King, D. (2025). *Investigating the Role of Regret, FOMO and Financial Literacy in Cryptocurrency Speculation*. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-025-01555-6>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). *The Importance of Financial Literacy: Opening a New Field*. *Journal of Economic Perspectives*, 37(4), 137–154. <https://doi.org/10.1257/jep.37.4.137>
- Machali, I. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Vol. 2).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025*.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). *Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out*. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

Putri, & Hamidi. (2025). Pengaruh FOMO, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial dan Z di Jakarta.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.