

**PENGARUH PERKEMBANGAN APLIKASI INVESTASI DAN
FEAR OF MISSING OUT TERHADAP KEPUTUSAN
INVESTASI DENGAN MINAT INVESTASI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Bayu Adi Pratama Putra Wardana

No. Mahasiswa: 22312207

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2026

**PENGARUH PERKEMBANGAN APLIKASI INVESTASI DAN FEAR OF
MISSING OUT TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN MINAT
INVESTASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

Penelitian ini disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat
untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas
Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Bayu Adi Pratama Putra Wardana

No. Mahasiswa: 22312207

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai yang berlaku.”

Yogyakarta, 11 Maret 2026

Penulis,



(Bayu Adi Pratama Putra Wardana)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PERKEMBANGAN APLIKASI INVESTASI DAN FEAR OF
MISSING OUT TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN MINAT
INVESTASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama: Bayu Adi Pratama Putra Wardana

No. Mahasiswa: 22312207

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 11 Maret 2026

Dosen Pembimbing,



(Ataina Hudayati, Dra., M.Si., Ak., CA., Ph.D)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur bagi Allah yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Perkembangan Aplikasi Investasi dan *Fear of Missing Out* terhadap Keputusan Investasi sebagai Variabel Intervening”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang istiqamah mengikuti ajaran beliau hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan dan keterbatasan. Namun, berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala nikmat, kemudahan, serta kekuatan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Endrianto Adi Wibowo dan Ibu Indriani Rosalyna selaku kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, serta motivasi yang tiada hentinya kepada penulis.

3. Ibu Ataina Hidayati, Dra., M.Si., Ak., CA., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikirannya untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
5. Sofyan Willy Adi Lesmana selaku adik penulis yang selalu memberikan dukungan bagi penulis.
6. Kepada teman-teman grup “Lulus 2026” yang senantiasa memberi saran, dukungan, dan hiburan mulai dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi. Kenangan-kenangan bersama kalian akan selalu berkesan bagi penulis sampai kapanpun.
7. Kepada teman-teman “Poniran Kingdom” yang menemani dan memberikan dukungan ketika penulis sedang susah ataupun senang sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Senyum dan tawa kalian yang akan selalu diingat dan tidak akan penulis lupakan.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Pinkhan Venasha Detiecy. Terima kasih sudah mau mendengarkan keluh kesah penulis di setiap harinya, sudah mau meluangkan waktu untuk menemani penulis disaat sedih maupun senang, dan selalu memberikan dukungan pada penulis untuk menyelesaikan skripsinya.

9. Teman-teman mahasiswa akuntansi angkatan 2022 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menjalankan dan menyelesaikan studinya.
10. Serta seluruh responden yang berkontribusi dalam penelitian ini karena sudah mau meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif guna penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang akuntansi dan investasi.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 6 Maret 2026

Penulis

Bayu Adi Pratama Putra Wardana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	11
2.1.3 Investasi.....	12
2.1.4 Perkembangan Aplikasi Investasi.....	13
2.1.5 <i>Fear of Missing Out</i>	14
2.1.6 Minat Investasi	16
2.1.7 Keputusan Investasi.....	17
2.2 Telaah Kajian Terdahulu.....	19
2.3 Hipotesis Penelitian	26
2.3.1 Pengaruh Perkembangan Aplikasi Investasi terhadap Keputusan Investasi Generasi Z dan Milenial	26
2.3.2 Pengaruh Perkembangan Aplikasi Investasi terhadap Minat Investasi Generasi Z dan Milenial.....	28

2.3.3	Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Keputusan Investasi Generasi Z dan Milenial	29
2.3.4	Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Minat Investasi Generasi Z dan Milenial	31
2.3.5	Pengaruh Minat Investasi terhadap Keputusan Investasi Generasi Z dan Milenial	33
2.3.6	Pengaruh Minat Investasi dalam Memediasi Perkembangan Aplikasi Investasi terhadap Keputusan Investasi	34
2.3.7	Pengaruh Minat Investasi dalam Memediasi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Investasi terhadap Keputusan Investasi.....	36
2.4	Kerangka Konseptual	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
3.5.1.1	Variabel Independen (X).....	41
3.5.1.2	Variabel Dependen (Y)	44
3.5.1.3	Variabel Intervening (Z)	45
3.4	Metode Pengumpulan Data	46
3.5	Teknik Analisis Data.....	46
3.5.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	47
3.5.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Hasil Pengumpulan Data	53
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi	55
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	55
4.3	Hasil Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	56
4.3.1	Uji Validitas Konvergen	58
4.3.2	Uji Validitas Diskriminan	60
4.3.3	Uji Reliabilitas	61
4.4	Hasil Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	62

4.4.1	<i>Collinearity Assessment</i> (VIF).....	63
4.4.2	Koefisien Determinasi (R^2)	64
4.4.3	Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	65
4.4.4	Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	66
4.4.5	Uji Hipotesis	67
4.5	Pembahasan	70
4.5.1	Perkembangan Aplikasi Investasi Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Investasi	70
4.5.2	Perkembangan Aplikasi Investasi Berpengaruh Positif terhadap Minat Investasi	72
4.5.3	<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Investasi	73
4.5.4	<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Berpengaruh Positif terhadap Minat Investasi	74
4.5.5	Minat Investasi Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Investasi	75
4.5.6	Minat Investasi Memediasi Perkembangan Aplikasi Investasi terhadap Keputusan Investasi	76
4.5.7	Minat Investasi Memediasi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Keputusan Investasi	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Keterbatasan Penelitian	82
5.3	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Pertanyaan Variabel Perkembangan Aplikasi Investasi	42
Tabel 3. 2 Pertanyaan Variabel <i>Fear of Missing Out</i>	43
Tabel 3. 3 Pertanyaan Variabel Keputusan Investasi	44
Tabel 3. 4 Pertanyaan Variabel Minat Investasi	45
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data	53
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran	55
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Konvergen 1	58
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Konvergen 2	59
Tabel 4. 7 Hasil Perhitungan HTMT	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4. 9 Hasil VIF	63
Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	66
Tabel 4. 13 Hasil Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	68
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Hasil Outer Model 1	57
Gambar 4. 2 Hasil Outer Model 2	57
Gambar 4. 3 Hasil Uji Hipotesis.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2: Tabulasi Data Kuesioner	98
Lampiran 3: Uji Validitas Konvergen	111
Lampiran 4: Uji Reliabilitas dan AVE.....	111
Lampiran 5: Uji HTMT	112
Lampiran 6: Uji Multikolinearitas	112
Lampiran 7: Uji Hipotesis	112
Lampiran 8: Uji R-square	113
Lampiran 9: Uji Effect Size	113

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perkembangan aplikasi investasi dan *fear of missing out* terhadap keputusan investasi melalui minat investasi sebagai variabel intervening pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memiliki ketertarikan terhadap aktivitas investasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 119 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi *SmartPLS* untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi maupun keputusan investasi. Selain itu, *fear of missing out* (FOMO) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Minat investasi juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa minat investasi mampu memediasi hubungan antara perkembangan aplikasi investasi dan keputusan investasi, namun tidak terbukti memediasi hubungan antara FOMO dan keputusan investasi.

Kata Kunci: perkembangan aplikasi investasi, *fear of missing out*, keputusan investasi, minat investasi.

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of the development of investment applications and Fear of Missing Out (FOMO) on investment decisions through investment interest as an intervening variable among Generation Z and millennials in Yogyakarta. This research employed a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to respondents who have an interest in investment activities. The total sample used in this study consisted of 119 respondents. Data analysis was conducted using the Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software to examine the relationships among variables in the research model. The results indicate that the development of investment applications has a positive and significant effect on both investment interest and investment decisions. In addition, Fear of Missing Out (FOMO) is found to have a positive and significant influence on investment interest, but it does not have a significant effect on investment decisions. Investment interest is also proven to have a positive and significant effect on investment decisions. Furthermore, the mediation analysis reveals that investment interest is able to mediate the relationship between the development of investment applications and investment decisions. However, investment interest does not mediate the relationship between FOMO and investment decisions

Keywords: *investment application development, fear of missing out, investment interest, investment decisions.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi finansial di Indonesia telah mengubah secara nyata cara masyarakat berinvestasi. Munculnya berbagai aplikasi investasi seperti bibit, stockbit, dan ajaib yang memungkinkan pengguna membeli saham, reksa dana, maupun instrumen keuangan lainnya, membuat aktivitas investasi menjadi jauh lebih mudah untuk dijangkau. Kemudahan akses, proses pendaftaran yang singkat, serta fasilitas transaksi yang praktis mendorong semakin banyak orang untuk mulai berinvestasi. Dalam konteks ini, platform digital menyediakan antarmuka yang intuitif dan fitur-fitur pendukung seperti notifikasi real-time, grafik harga, serta informasi edukatif yang mempercepat proses pengambilan keputusan investasi. Kondisi ini turut meningkatkan inklusi keuangan dan memperluas keterlibatan investor, terutama di kalangan generasi muda. Sebagai contoh, penelitian menunjukkan bahwa fitur yang ramah pengguna serta integrasi teknologi dalam platform investasi membuat layanan keuangan digital lebih mudah diakses oleh masyarakat luas, sehingga fintech menjadi pendorong utama peningkatan inklusi keuangan dan minat investasi generasi muda di Indonesia (Sari et al., 2025). Adopsi teknologi ini juga memengaruhi perilaku investor dalam menilai peluang investasi dan melakukan eksekusi transaksi secara cepat dan mandiri. Meskipun begitu, masih belum banyak penelitian yang mengkaji terkait adopsi teknologi ini khususnya perkembangan aplikasi investasi terhadap minat dan keputusan investasi.

Di era digital, selain peran aplikasi investasi, faktor psikologis turut memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan investasi, salah satunya adalah fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO merujuk pada kondisi kecemasan atau kekhawatiran yang dirasakan seseorang karena merasa akan kehilangan peluang keuntungan bila tidak segera bertindak, terutama ketika melihat orang lain memperoleh hasil yang menguntungkan. Dalam konteks investasi digital, fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) telah terbukti menjadi faktor psikologis penting yang mendorong keputusan investor menjadi lebih emosional dan impulsif karena FOMO dapat menyebabkan investor menyimpang dari strategi investasi yang rasional, mengambil keputusan berdasarkan kecemasan akan kehilangan peluang menguntungkan, dan sering kali mengabaikan analisis fundamental dalam proses pengambilan keputusan investasi (Candra & Aisah, 2024). Literatur dalam konteks pasar modal Indonesia menemukan bahwa FOMO merupakan salah satu pendorong tingkah laku investasi yang lebih mengutamakan reaksi emosional daripada evaluasi informasi secara objektif, yang sering kali diperkuat oleh penyebaran informasi cepat melalui media sosial dan komunitas daring (Laraga, 2025). Selain itu, FOMO juga dapat memperkuat kecenderungan *herding behavior* (ikut-ikutan massa) yang telah menjadi bagian dari bias perilaku investor modern.

Dalam dunia investasi, FOMO dapat dipahami sebagai perasaan cemas atau takut tertinggal dari peluang keuntungan yang sedang ramai diperbincangkan. Dorongan emosional tersebut sering kali membuat individu bertindak impulsif, yaitu berinvestasi tanpa melakukan analisis mendalam atau mempertimbangkan

risiko yang sebenarnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa selain faktor rasional dan teknis, dimensi psikologis seperti FOMO sangat relevan sebagai variabel yang memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi di tengah ekosistem investasi digital saat ini. Pada sebuah penelitian menemukan bahwa FOMO memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi (Armeyanti et al., 2025). Penelitian lainnya mengungkapkan bahwa FOMO tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi (Artini & Darma, 2024). Banyak penelitian yang menjadikan FOMO sebagai variabel didalamnya, namun hasilnya masih terdapat ketidakkonsistenan antara penelitian satu dengan penelitian lainnya. Hal ini menjadikan FOMO untuk dikaji ulang agar didapat hasil yang lebih valid.

Selain perkembangan teknologi dan FOMO, minat juga dapat menjadi faktor pendukung seseorang untuk terjun langsung dalam dunia investasi. Minat sendiri dapat dimaknai sebagai kecenderungan perasaan seseorang yang menunjukkan ketertarikan atau kesukaan terhadap suatu objek maupun aktivitas tertentu, yang muncul secara sukarela tanpa adanya unsur paksaan atau perintah dari pihak lain (Nadila et al., 2023). Minat investasi mencerminkan keinginan dan kesiapan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas investasi, yang mencakup sejauh mana individu tertarik, termotivasi, dan berkomitmen untuk mengevaluasi serta memilih instrumen investasi sesuai tujuan finansialnya. Seseorang yang memiliki minat investasi tinggi cenderung lebih aktif dalam mencari informasi mengenai peluang investasi, memahami risiko, serta melakukan transaksi yang sesuai dengan preferensi risiko mereka. Sebaliknya, minat yang rendah sering kali menghambat seseorang untuk bertindak meskipun terdapat sinyal peluang pasar yang

menguntungkan. Sejumlah penelitian menyatakan bahwa minat investasi secara signifikan *memediasi* (menjadi variabel intervening) hubungan antara variabel independen (seperti pengetahuan investasi/pengetahuan & perilaku keuangan) terhadap keputusan investasi (Gusti et al., 2025). Dalam kerangka penelitian ini, minat investasi diposisikan sebagai variabel intervening yang menjembatani pengaruh perkembangan aplikasi investasi digital dan fenomena *fear of missing out* (FOMO) terhadap keputusan investasi. Dengan demikian, perkembangan aplikasi investasi dan FOMO tidak hanya berpengaruh secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan atau penurunan minat investasi yang pada akhirnya memengaruhi keputusan investasi individu.

Keputusan investasi merupakan elemen krusial dalam proses investasi karena mencerminkan pilihan investor dalam mengalokasikan modal dengan tujuan mendapatkan pengembalian di masa depan. Istilah ini mencakup tindakan yang dilakukan investor, seperti memilih instrumen investasi, menentukan waktu pembelian atau penjualan, serta strategi alokasi aset yang sesuai dengan preferensi risiko dan tujuan keuangan masing-masing individu. Dalam literatur perilaku investasi, keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional seperti analisis informasi dan ekspektasi return, tetapi juga oleh berbagai faktor psikologis dan perilaku, termasuk bias kognitif dan preferensi subjektif investor. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa perilaku investor yang melibatkan aspek seperti kepercayaan diri berlebih, persepsi risiko, dan reaksi terhadap informasi pasar berdampak signifikan terhadap kualitas keputusan investasi yang diambil (Rudiharta et al., 2025). Dengan demikian, memahami bagaimana investor

membuat keputusan investasi, terutama dalam konteks digital saat ini, menjadi sangat penting karena keputusan tersebut menentukan nilai dan hasil investasi yang diperoleh investor dalam jangka panjang.

Dengan menelaah keterkaitan antara faktor-faktor kontemporer seperti perkembangan aplikasi investasi dan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), serta minat investasi sebagai variabel intervening, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku pengambilan keputusan investasi di era digital terutama pada generasi Z dan milenial. Karakteristik generasi Z dan milenial, yang tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya teknologi digital serta intensitas penggunaan media sosial yang tinggi menjadikan isu ini semakin relevan untuk dikaji secara mendalam. Generasi milenial dan generasi Z memainkan peran penting dalam laju perubahan sosial di dunia saat ini yang didorong oleh kemajuan teknologi (Damanik & Silitonga, 2025). Selain itu, generasi ini juga cenderung lebih responsif terhadap informasi yang tersebar secara cepat melalui platform digital, termasuk informasi dan tren investasi. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi cara mereka memandang peluang investasi dan mengambil keputusan finansial. Hasil penelitian ini nantinya tidak hanya berkontribusi pada pengembangan literatur akademik di bidang perilaku investor, tetapi juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan, pengelola platform investasi, dan investor itu sendiri dalam mengelola risiko serta membangun keputusan investasi yang lebih rasional dan berkelanjutan

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh perkembangan aplikasi investasi terhadap keputusan investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta?
- b. Apakah terdapat pengaruh perkembangan aplikasi investasi terhadap minat investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta?
- c. Apakah terdapat pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta?
- d. Apakah terdapat pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap minat investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta?
- e. Apakah minat investasi berpengaruh terhadap keputusan investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta?
- f. Apakah minat investasi merupakan variabel penengah atas hubungan antara perkembangan aplikasi investasi dan FOMO terhadap keputusan investasi?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui pengaruh perkembangan aplikasi investasi terhadap keputusan investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta
- b. Mengetahui pengaruh perkembangan aplikasi investasi terhadap minat investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta

- c. Mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta
- d. Mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap minat investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta
- e. Mengetahui pengaruh minat investasi terhadap keputusan investasi pada generasi Z dan milenial di Yogyakarta
- f. Mengetahui minat investasi sebagai variabel penengah atas hubungan antara perkembangan aplikasi investasi dan FOMO terhadap keputusan investasi

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan dasar pengembangan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan perilaku investasi di era digital bagi kalangan akademisi dan peneliti selanjutnya. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan metodologis dalam mengkaji peran variabel intervening, khususnya minat investasi, dalam hubungan antara faktor teknologi dan psikologis terhadap keputusan investasi, sehingga membuka peluang pengembangan model penelitian yang lebih komprehensif di masa mendatang

b. Secara Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang terlibat dalam ekosistem investasi digital. Bagi investor, khususnya generasi Z dan milenial, penelitian ini

dapat meningkatkan kesadaran mengenai pengaruh faktor teknologi dan psikologis dalam pengambilan keputusan investasi sehingga mendorong terbentuknya perilaku investasi yang lebih rasional dan terencana. Bagi pengelola platform aplikasi investasi, temuan penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dalam pengembangan fitur dan strategi edukasi investor agar tidak hanya berorientasi pada kemudahan transaksi, tetapi juga pada pengelolaan risiko dan kualitas keputusan investasi pengguna

c. Secara Pribadi

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan analitis dan kritis dalam mengevaluasi informasi investasi serta mengelola pengaruh faktor psikologis dalam pengambilan keputusan finansial.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini disusun secara sistematis dan terstruktur ke dalam lima bab yang mencakup sebagai berikut:

a. Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

b. Bab II: Kajian Pustaka

Bab ini berisi tiga bagian diantaranya landasan teori dan pengertian variabel, telaah penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

c. Bab III: Metode Penelitian

Bab ini mencakup dua aspek utama, yaitu metode yang berkaitan dengan pengelolaan data dan metode yang berkaitan dengan teknik analisis. Pada pembahasan yang berhubungan dengan data, dijelaskan karakteristik populasi penelitian beserta pertimbangan dalam pemilihan populasi pada penelitian ini.

d. Bab IV: Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil pengolahan dan analisis data yang diperoleh melalui penerapan metode serta tahapan analisis yang telah ditetapkan, sekaligus menampilkan hasil pengujian terhadap hipotesis penelitian.

e. Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini memuat simpulan dan saran sebagai bagian penutup penelitian. Uraian dalam bab ini disajikan secara ringkas sebagai rangkuman dari hasil analisis data yang telah dilakukan dan saran sebagai perbaikan untuk penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang.

f. Daftar Pustaka

Berisi berbagai sumber yang digunakan penulis sebagai acuan dalam penulisan dan kepentingan penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) telah banyak diaplikasikan dalam penelitian perilaku ekonomi dan keuangan karena kemampuannya menjelaskan proses terbentuknya perilaku melalui niat sebagai faktor kunci. Teori ini merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dengan menambahkan unsur kendali perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) untuk menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada di bawah kendali individu. Pada intinya pada teori ini menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi secara langsung oleh niat, sedangkan niat tersebut dibentuk oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kendali perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991).

Dalam konteks investasi, sikap tercermin dari pandangan investor terhadap aktivitas investasi, seperti persepsi atas potensi keuntungan, risiko, serta kemudahan yang diperoleh dari penggunaan aplikasi investasi digital. Sikap positif terhadap investasi, seperti keyakinan akan potensi keuntungan dan persepsi kemudahan transaksi, terbukti meningkatkan niat individu untuk berinvestasi (Sjahrudin et al., 2023). Selain itu, norma subjektif yang berasal

dari lingkungan sosial, termasuk rekomendasi teman, keluarga, dan komunitas daring, berperan penting dalam membentuk dorongan psikologis individu untuk mengikuti perilaku investasi tertentu (Xhavaira & Oktaryani, 2025). Sama seperti dua aspek utama sebelumnya, kendali perilaku yang dirasakan juga memiliki peran krusial dalam membentuk niat investasi. Dengan meningkatnya kendali perilaku yang dirasakan, individu tidak hanya memiliki niat yang lebih kuat untuk berinvestasi, tetapi juga lebih mungkin merealisasikan niat tersebut dalam bentuk keputusan investasi aktual.

2.1.2 *Technology Acceptance Model*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model teori yang dikembangkan untuk menjelaskan proses penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu berdasarkan persepsi subjektif pengguna terhadap teknologi tersebut. Model ini menekankan bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh keyakinan mengenai manfaat dan kemudahan teknologi dalam mendukung aktivitas yang dilakukan (Davis, 1989). Dalam teori ini terdapat dua komponen utama yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau efektivitas aktivitasnya, sedangkan *perceived ease of use* merujuk pada sejauh mana individu meyakini bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang berlebihan (Davis, 1989).

Teori ini juga menjelaskan bahwa *perceived ease of use* memiliki hubungan tidak langsung dengan penerimaan teknologi melalui *perceived usefulness*. Teknologi yang mudah digunakan akan lebih mungkin dipersepsikan sebagai teknologi yang bermanfaat karena pengguna tidak menghadapi hambatan teknis dalam mengoperasikannya (Venkatesh & Davis, 2000). Kedua persepsi tersebut kemudian membentuk sikap positif terhadap penggunaan teknologi, yang selanjutnya memengaruhi niat untuk menggunakan teknologi dan akhirnya terealisasi dalam perilaku penggunaan actual. *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan aplikasi investasi, sedangkan *perceived ease of use* turut meningkatkan persepsi kegunaan, yang kemudian memicu niat individu untuk menggunakan aplikasi investasi secara berkelanjutan (Pambudi et al., 2023).

2.1.3 Investasi

Investasi dalam konteks keuangan dapat dipahami sebagai sebuah aktivitas di mana seseorang atau entitas menempatkan sejumlah dana atau sumber daya tertentu pada instrumen atau aset dengan harapan menghasilkan manfaat ekonomis di masa yang akan datang (Kurniawati et al., 2024). Di Indonesia, masyarakat memiliki beragam alternatif instrumen investasi yang umum digunakan untuk meningkatkan nilai dana yang dimiliki. Di antara berbagai pilihan tersebut, saham, reksa dana, dan deposito merupakan tiga jenis investasi yang paling banyak diminati dan sering dijadikan sarana pengembangan dana oleh investor (Firdaus et al., 2024). Secara konseptual, investasi bukan hanya sekadar menyimpan dana, tetapi juga merupakan

bentuk pengorbanan penggunaan sumber daya saat ini untuk mendapatkan nilai tambah di masa depan. Nilai tambah tersebut dapat berupa kenaikan harga aset (*capital gain*), dividen, bunga, atau bentuk imbal hasil lainnya yang berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan finansial investor. Selain aspek keuntungan, investasi juga mencerminkan pertimbangan terhadap risiko yang mungkin terjadi, di mana setiap keputusan investasi memiliki *trade-off* antara potensi return dan tingkat risiko yang diambil oleh investor.

2.1.4 Perkembangan Aplikasi Investasi

Perkembangan teknologi finansial telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses layanan keuangan, termasuk investasi. Aplikasi investasi digital merupakan salah satu bentuk inovasi dalam teknologi finansial (*fintech*) yang telah merombak cara investor mengakses dan bertransaksi di pasar modal serta instrumen keuangan lain. Perkembangan platform digital ini menyediakan fasilitas yang memungkinkan pengguna dari berbagai latar belakang untuk mengelola portofolio investasi melalui perangkat seperti *smartphone* atau komputer dengan proses yang lebih cepat, transparan, dan efisien, sehingga menurunkan hambatan masuk ke pasar investasi yang sebelumnya bersifat kompleks (Khasanah et al., 2025).

Adanya transformasi digital tersebut menarik perhatian terutama dari generasi muda (Gen Z dan milenial) yang cenderung lebih familiar dan nyaman dengan teknologi digital. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa

penerimaan dan penggunaan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap tingkat kegunaan serta kemudahan penggunaan sistem tersebut (Davis, 1989). Dalam hal ini, tingkat pengetahuan dan literasi keuangan yang berkembang melalui platform digital turut mendorong proses adopsi aplikasi investasi, di mana pengguna tidak hanya melakukan transaksi, tetapi juga memperoleh informasi edukatif mengenai instrumen investasi yang tersedia (Nas et al., 2025). Selain itu, inovasi aplikasi investasi juga mencakup fitur-fitur seperti *robo-advisors*, diversifikasi portofolio otomatis, dan integrasi layanan pembayaran digital yang semakin memudahkan pengguna untuk melakukan *onboarding* dan transaksi investasi tanpa memerlukan pengalaman teknis yang tinggi (Nasution, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi digital tidak hanya memperluas akses, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam pengelolaan portofolio investasi, sehingga menjadi elemen penting dalam ekosistem keuangan digital modern.

2.1.5 *Fear of Missing Out*

Fear of missing out adalah bentuk kekhawatiran emosional yang muncul ketika seseorang merasa bahwa mereka sedang ketinggalan kesempatan berharga yang mungkin dimanfaatkan orang lain. Dalam konteks investasi, FOMO dapat dianalisis melalui kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menjelaskan bahwa perilaku individu didahului oleh niat (*intention*), sedangkan niat tersebut dibentuk oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif

(*subjective norms*), dan persepsi kendali perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991). FOMO menunjukkan adanya tekanan psikologis yang muncul akibat persepsi bahwa orang lain memperoleh peluang atau keuntungan yang tidak dimiliki individu tersebut. Kondisi ini berkaitan erat dengan dimensi norma subjektif yang mengacu pada persepsi individu mengenai tekanan dari lingkungan sekitarnya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Selain itu, FOMO juga dapat memengaruhi sikap terhadap perilaku investasi yang artinya FOMO menyebabkan individu cenderung memandang investasi sebagai peluang yang mendesak dan bernilai tinggi, karena adanya kekhawatiran kehilangan momentum keuntungan. FOMO juga berhubungan dengan persepsi kendali perilaku di mana individu yang merasa memiliki akses mudah terhadap aplikasi investasi dan informasi pasar dapat menilai bahwa mereka memiliki kemampuan untuk segera bertindak ketika peluang muncul. Pada penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa FOMO juga dapat terbentuk melalui aspek kognitif, afeksi (emosi), dan perilaku, di mana individu yang mengalami FOMO cenderung mengalami pikiran obsesif, reaksi emosional negatif, serta perilaku yang intens dalam rangka memantau dan memperoleh pengalaman yang relevan dari lingkungannya (Inanda et al., 2024).

Dalam konteks perilaku investasi, FOMO digambarkan sebagai dorongan psikologis yang memacu investor untuk tergesa-gesa mengambil keputusan investasi karena takut kehilangan potensi keuntungan yang tampak dari perilaku pasar atau pengaruh sosial, terlepas dari pertimbangan rasional

atau analisis fundamental (Manchanda & Bajaj, 2025). Fenomena ini kerap diperkuat oleh konten digital dan media sosial yang menyoroti cerita atau pengalaman sukses investasi, sehingga menciptakan persepsi bahwa peluang menguntungkan bisa terlewat jika tidak segera diikuti. Pada sebuah penelitian menunjukkan bahwa semakin sering seseorang menggunakan media sosial, maka semakin tinggi tingkat FOMO yang dialami karena keterlibatan yang intens ini memperkuat kecemasan sosial dan kebutuhan untuk terus memantau apa yang terjadi di lingkungannya (Novendra & Sarajar, 2025). Dengan demikian, fenomena FOMO tidak hanya merefleksikan aspek psikologis dalam pengambilan keputusan investasi, tetapi juga mencerminkan bagaimana dinamika sosial dan digital saat ini berperan dalam memengaruhi perilaku investor secara signifikan

2.1.6 Minat Investasi

Minat dapat dipahami sebagai cerminan tingkat dorongan atau motivasi individu yang menunjukkan kesiapan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Selain itu, minat juga dapat dipahami sebagai suatu kecenderungan psikologis yang membuat individu merasa tertarik, memperhatikan, dan terdorong secara internal terhadap suatu objek, aktivitas, atau situasi tertentu. Dalam kajian psikologi motivasi, minat sering digambarkan sebagai kondisi psikologis yang mencakup fokus perhatian, keterikatan emosional, serta kesiapan kognitif individu terhadap hal yang menjadi objek minatnya, sehingga memengaruhi keterlibatan dan perilaku

lanjutan individu terhadap objek tersebut (Hidi, 2006, dalam Wild & Kunina, 2025).

Minat investasi menggambarkan keinginan atau kecenderungan psikologis seorang individu untuk mempertimbangkan dan mengambil keputusan berinvestasi pada instrumen keuangan tertentu dalam periode waktu tertentu. Minat investasi juga sering dipahami sebagai kehendak internal individu untuk mempelajari peluang investasi, bersedia mengalokasikan waktu, tenaga, dan modal finansial, serta berorientasi pada pencapaian hasil ekonomi di masa depan. Hal ini mencakup aktivitas seperti mencari informasi tentang instrumen investasi, mengevaluasi potensi return dan risiko, serta berencana mengambil langkah konkret untuk investasi (Wulandari et al., 2025). Dalam kerangka teori perilaku seperti *Theory of Planned Behavior (TPB)*, minat investasi berperan sebagai variabel mediasi penting antara faktor penentu (misalnya persepsi risiko, literasi keuangan, motivasi investasi, perkembangan teknologi investasi) dengan perilaku pengambilan keputusan investasi yang nyata. Dengan kata lain, semakin kuat minat seseorang terhadap investasi, semakin tinggi pula kemungkinan individu tersebut akan melakukan tindakan investasi aktual (Atmaya Fitra Alfathya et al., 2025).

2.1.7 Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan proses penting di mana individu atau entitas memilih satu atau beberapa alternatif penanaman modal berdasarkan tujuan, informasi, serta risiko dan return yang diperkirakan. Keputusan ini

bukan sekadar tindakan membeli atau menjual aset, tetapi mencakup evaluasi informasi, pertimbangan alternatif, dan pemilihan opsi yang dipandang paling menguntungkan di masa depan (Maharani et al., 2025). Dalam konteks perilaku investor individu, keputusan investasi mencerminkan preferensi individu terhadap risiko dan hasil, serta kesiapan mental untuk melakukan tindakan investasi tertentu berdasarkan analisis dan pertimbangan yang dilakukan sebelumnya.

Terdapat beberapa faktor dalam keputusan investasi baik internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi profil risiko investor (seperti kecenderungan menerima risiko, netral, atau menghindari risiko), pengetahuan dan literasi keuangan, tujuan investasi, serta pengalaman masa lalu. Di sisi lain, faktor eksternal mencakup kondisi makroekonomi seperti tingkat inflasi dan suku bunga, kinerja pasar modal, serta informasi keuangan dan stimulus eksternal lainnya yang tersedia di lingkungan investasi. Tahapan dalam menentukan keputusan investasi bukanlah tindakan spontan, tetapi merupakan hasil proses kognitif dan evaluatif yang kompleks yang dipengaruhi oleh aspek rasional dan psikologis investor. Menurut (Maharani et al., 2025) terdapat lima tahapan dalam menentukan keputusan investasi:

1. Penetapan tujuan investasi (misalnya jangka waktu dan target return),
2. Pengumpulan dan evaluasi informasi tentang alternatif investasi yang ada
3. Penentuan preferensi risiko dan keuntungan,

4. Pemilihan alternatif investasi optimal
5. Pelaksanaan keputusan dan evaluasi hasilnya.

2.2 Telaah Kajian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Temuan Penelitian
1.	Novia dan Marsiana (2023)	Variabel Independen: Literasi keuangan, Financial Technology Variabel Dependen: Minat Investasi	1. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi 2. Financial technology berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat investasi
2.	Wiwik Indrawati dan Susi Retna Cahyaningtyas (2024)	Variabel Independen: Kemajuan teknologi, Minat investasi, Pengetahuan investasi Variabel Dependen: Keputusan investasi	1. Kemajuan teknologi memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi 2. Minat investasi memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi 3. Pengetahuan investasi memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi
3.	Dwi Maulidya Agustin dan Linda Purnama Sari (2025)	Variabel Independen: Influencer, Kemajuan teknologi, Motivasi investasi Variabel Dependen: Minat Investasi	1. Influencer berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi 2. Motivasi investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi 3. Kemajuan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi
4.	R. Amudha dan Kavin Mugil (2024)	Variabel Independen:	App recommendation, ratings, ease of use, personalization, perceived

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Temuan Penelitian
		App recommendation, ratings, ease of use, personalization, perceived information Variabel Dependen: Invesment decision	information memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap investment decision
5.	Anwita Wijayanti Paramita, Khusnik Hudzafidah, Feni Wilamsari (2025)	Variabel Independen: FOMO, Analisis fundamental, Analisis teknikal Variabel Dependen: Keputusan Investasi	1. FOMO berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi 2. Analisis fundamental berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi 3. Analisis teknikal berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi
6.	Abid Rohmani dan Robith Hudaya (2025)	Variabel Independen: Persepsi risiko, FOMO, Literasi keuangan Variabel Dependen: Minat Investasi Cryptocurrency	1. Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat investasi cryptocurrency 2. FOMO berpengaruh positif terhadap minat investasi cryptocurrency 3. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi cryptocurrency
7.	Shiwi Angelica Cindiyasari dan Alif Miftahul Jannah (2025)	Variabel Independen: Fear of missing out (FOMO), Kemajuan teknologi, Pengetahuan investasi Variabel Dependen: Minat investasi	1. FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi 2. Kemajuan teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi 3. Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Temuan Penelitian
8.	Muhammad Nizar dan Daljono (2024)	Variabel Independen: Availability bias, Representative bias, FOMO Variabel Dependen: Investment decision, Investment performance	1. Availability bias berpengaruh positif signifikan terhadap investment decision dan investment performance 2. Representative bias tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap investment decision 3. Representative bias berpengaruh positif signifikan terhadap investment performance 4. FOMO berpengaruh positif signifikan terhadap investment decision dan investment performance
9.	Zila Armeyanti, Ayu Umyana, Angga Permadi Karpriana (2025)	Variabel Independen: FOMO, Social media influencer Variabel Dependen: Keputusan investasi Variabel Moderasi: Literasi keuangan	1. FOMO berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan investasi 2. Social media influencer berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan investasi 3. Literasi keuangan memoderasi secara positif signifikan pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi 4. Literasi keuangan tidak memoderasi pengaruh <i>social media influencer</i> terhadap keputusan investasi
10.	Annisa Nur Febriana, Hilda Evan	Variabel Independen:	1. Terdapat pengaruh yang

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Temuan Penelitian
	Affriliani, Winda Dwi Deviyanti, Brillianti Amalika Kartika Putri, Anggun Widya Pramita, Aried Nurrahman (2024)	<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO), Risk tolerance return, Role of content creator Variabel Dependen: Keputusan investasi <i>cryptocurrency</i> mahasiswa UNY dan UGM	signifikan <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> terhadap Keputusan Investasi <i>Cryptocurrency</i> Mahasiswa UNY dan UGM 2. Terdapat pengaruh yang signifikan <i>Risk Tolerance Return</i> terhadap Keputusan Investasi <i>Cryptocurrency</i> Mahasiswa UNY dan UGM 3. Terdapat pengaruh yang signifikan <i>Role of Content Creator</i> terhadap Keputusan Investasi <i>Cryptocurrency</i> Mahasiswa UNY dan UGM 4. Terdapat pengaruh yang signifikan <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> , <i>Risk Tolerance Return</i> , dan <i>Role of Content Creator</i> secara simultan terhadap Keputusan Investasi <i>Cryptocurrency</i> Mahasiswa UNY dan UGM
11.	Ni Made Sri Artini dan Gede Sri Darma (2024)	Variabel Independen: Platform crypto, financial literacy, herding behaviour, FoMO Variabel Dependen:	1. Platform crypto berpengaruh positif signifikan terhadap investment decision 2. Financial literacy berpengaruh positif

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Temuan Penelitian
		Investment Decision Variabel Moderasi: Social influence	signifikan terhadap investment decision 3. Herding behavior tidak berpengaruh signifikan terhadap investment decision 4. FoMO tidak berpengaruh signifikan terhadap investment decision 5. Social influence mampu memoderasi crypto platform terhadap investment decision dan berpengaruh signifikan 6. Social influence tidak mampu memoderasi financial literacy, herding behaviour, dan FoMO terhadap investment decision
12.	Andri Kerti Ardani dan Ni Luh Gede Erni Sulindawati (2021)	Variabel Independen: Perkembangan aplikasi investasi, Risiko investasi, Pengetahuan investasi Variabel Dependen: Minat investasi	1. Perkembangan aplikasi investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi 2. Pengaruh risiko investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi 3. Pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi
13.	Masno Marjohan, Jeni Andriani, Annisa Nurlita Putri (2022)	Variabel Independen: Harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, memfasilitasi	1. Harapan kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menerapkan 2. Harapan usaha berpengaruh

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Temuan Penelitian
		kondisi, kepercayaan, resiko yang dirasakan Variabel Dependen: Niat menerapkan	signifikan terhadap niat menerapkan 3. Pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menerapkan 4. Memfasilitasi kondisi berpengaruh signifikan terhadap niat menerapkan 5. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menerapkan 6. Resiko yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat menerapkan
14.	Liliana Inggrit Wijaya, Victor Marcelino Liangga, Bertha Silvia Sutejo (2025)	Variabel Independen: Overconfidence bias, Loss aversion bias Variabel Dependen: Investment decision making Variabel Moderasi: Robo Advisor	1. Overconfidence berpengaruh positif dan signifikan terhadap investment decision 2. Loss aversion bias berpengaruh positif dan signifikan terhadap investment decision 3. Robo advisor memiliki pengaruh melemahkan dan signifikan antara loss aversion terhadap investment decision 4. Robo advisor tidak dapat memoderasi loss aversion terhadap investment decision
15.	Satrya Tedianta dan Endang Purwaningrum (2024)	Variabel Independen: Literasi keuangan, Fear of Missing Out (FoMO) Variabel Dependen:	1. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Temuan Penelitian
		Minat investasi	2. Fear of Missing Out (FoMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi
16.	Deffandi Nasrul (2025)	Variabel Independen: Fear of Missing Out (FoMO), Peran influencer Variabel Dependen: Keputusan investor, Keputusan investasi saham	1. Fear of Missing Out (FoMO) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan investor 2. Fear of Missing Out (FoMO) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham 3. Peran influencer memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan investor 4. Peran influencer memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham 5. Kepuasan investor memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham 6. Kepuasan investor terbukti memediasi pengaruh FoMO terhadap Keputusan investasi saham 7. Kepuasan investor terbukti memediasi pengaruh influencer terhadap keputusan investasi saham
17.	Disma Prasaja, Muhammad Sani Kurniawan, Inayatullah Fatmawati (2023)	Variabel Independen: Financial literature, Modal minimal, Fear	1. Financial literature berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Temuan Penelitian
		of Missing Out (FoMO) Variabel Dependen: Keputusan investasi	2. Modal minimal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi 3. FOMO berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi
18.	Nyimas Dewi Murnila Saputri, Agung Putra Raneo, Fida Muthia (2023)	Variabel Independen: FoMO, Literasi keuangan Variabel Dependen: Minat investasi	1. FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi 2. Literasi keuangan terbukti dapat memoderasi dan memiliki pengaruh negatif signifikan antara FoMO terhadap minat investasi

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Perkembangan Aplikasi Investasi terhadap Keputusan

Investasi Generasi Z dan Milenial

Perkembangan aplikasi investasi digital dipandang sebagai salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi individu, khususnya pada generasi Z dan milenial yang memiliki tingkat adopsi teknologi tinggi. Kemajuan aplikasi investasi yang ditandai dengan kemudahan penggunaan, akses informasi secara real-time, serta fitur pendukung pengambilan keputusan seperti grafik harga, notifikasi pasar, dan konten edukasi telah mengubah cara investor berinteraksi dengan pasar keuangan. Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) suatu

teknologi berperan dalam membentuk sikap positif pengguna, yang pada akhirnya mendorong perilaku penggunaan aktual, termasuk dalam pengambilan keputusan investasi (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000). Dalam konteks aplikasi investasi, semakin berkembang dan mudah suatu platform digunakan, semakin besar kemungkinan investor merasa terbantu dalam proses evaluasi dan eksekusi investasi

Sejumlah penelitian empiris terbaru mendukung pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa penggunaan dan perkembangan aplikasi investasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. (Maharani et al., 2025) menemukan bahwa pemanfaatan platform investasi digital berkontribusi positif terhadap keputusan investasi generasi Z, karena aplikasi tersebut meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kepercayaan diri investor dalam melakukan transaksi. Temuan serupa juga dikemukakan oleh (Indrawati & Cahyaning, 2024) yang menyatakan bahwa kemajuan teknologi finansial berperan dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan mahasiswa dalam berinvestasi karena memungkinkan akses yang lebih mudah dan cepat dalam mendapatkan informasi tentang investasi. Dengan demikian, perkembangan aplikasi investasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai alat pendukung keputusan yang memengaruhi cara investor menilai peluang, risiko, dan waktu investasi. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* dan temuan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis pertama dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Perkembangan aplikasi investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi generasi Z dan milenial

2.3.2 Pengaruh Perkembangan Aplikasi Investasi terhadap Minat Investasi Generasi Z dan Milenial

Perkembangan aplikasi investasi digital diyakini memiliki peran penting dalam membentuk minat investasi individu, khususnya pada generasi Z dan milenial yang sangat akrab dengan teknologi digital. Aplikasi investasi yang terus berkembang umumnya menawarkan kemudahan akses, tampilan antarmuka yang intuitif, serta berbagai fitur pendukung seperti simulasi investasi, konten edukasi, dan informasi pasar yang disajikan secara real-time. Kondisi ini mampu meningkatkan ketertarikan individu terhadap aktivitas investasi karena proses yang sebelumnya dianggap rumit menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan suatu teknologi dapat membentuk sikap positif pengguna, yang selanjutnya mendorong munculnya minat untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan, termasuk dalam konteks investasi (Venkatesh & Davis, 2000).

Temuan empiris dari penelitian terkini menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan minat investasi, terutama pada kelompok usia muda. (Sari et al., 2025) melalui studi literatur sistematis menemukan bahwa teknologi finansial, khususnya aplikasi investasi, mampu meningkatkan minat investasi generasi

Z karena menyediakan akses informasi yang cepat, transparan, dan mudah dipahami. Hasil serupa juga dikemukakan oleh (Pambudi et al., 2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat aplikasi investasi berkontribusi positif terhadap ketertarikan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut, yang mencerminkan adanya peningkatan minat investasi. Dengan demikian, perkembangan aplikasi investasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai media yang menumbuhkan ketertarikan dan motivasi individu untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Semakin berkembang dan mudah suatu aplikasi investasi digunakan, semakin besar peluang individu untuk memiliki minat investasi yang lebih tinggi. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis kedua dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2: Perkembangan aplikasi investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z dan milenial

2.3.3 Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Keputusan Investasi Generasi Z dan Milenial

Fear of Missing Out (FOMO) dipandang sebagai faktor psikologis yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi, terutama dalam konteks investasi digital yang ditandai dengan arus informasi cepat dan eksposur tinggi terhadap aktivitas investor lain. FOMO muncul ketika individu merasakan kecemasan atau ketakutan akan kehilangan peluang keuntungan yang sedang dialami atau dibicarakan oleh orang lain, sehingga mendorong tindakan yang

bersifat reaktif dan emosional. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior*, yang menyatakan bahwa perilaku aktual dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Dalam pengambilan keputusan investasi, kondisi ini dapat menyebabkan investor bertindak tergesa-gesa tanpa melalui proses analisis yang mendalam, karena fokus utama bergeser dari pertimbangan rasional menuju dorongan untuk tidak tertinggal dari tren pasar. Fenomena tersebut sejalan dengan perspektif perilaku keuangan yang menyatakan bahwa keputusan investasi tidak selalu bersifat rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh bias psikologis dan tekanan sosial.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. (Armeyanti et al., 2025) menemukan bahwa tingkat FOMO yang tinggi mendorong investor untuk lebih cepat mengambil keputusan investasi, meskipun keputusan tersebut sering kali didasarkan pada emosi dibandingkan evaluasi informasi yang objektif. Temuan ini diperkuat oleh kajian literatur yang dilakukan oleh (Candra & Aisah, 2024) yang menyimpulkan bahwa FOMO berperan sebagai pemicu perilaku investasi impulsif, khususnya pada investor ritel yang aktif di media sosial dan platform digital. Kondisi ini semakin relevan pada generasi Z dan milenial yang memiliki intensitas penggunaan media sosial tinggi dan cenderung responsif terhadap informasi investasi yang viral. Dengan demikian, *fear of missing out* tidak hanya mencerminkan reaksi emosional semata, tetapi juga menjadi determinan penting dalam proses pengambilan

keputusan investasi di era digital. Berdasarkan landasan teoritis dan temuan penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis ketiga dalam penelitian ini sebagai berikut:

H3: *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada generasi Z dan milenial

2.3.4 Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Minat Investasi

Generasi Z dan Milenial

Fear of Missing Out (FOMO) tidak hanya memengaruhi keputusan investasi secara langsung, tetapi juga berperan dalam membentuk minat investasi individu. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, minat atau niat merupakan faktor paling dekat yang memprediksi apakah seseorang benar-benar akan melakukannya di mana faktor-faktor psikologis seperti sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku membentuk niat tersebut (Ajzen, 1991). FOMO muncul sebagai respons psikologis ketika seseorang merasa khawatir tertinggal dari peluang atau pengalaman yang dimiliki orang lain, sehingga menimbulkan dorongan untuk ikut terlibat dalam aktivitas yang dianggap menguntungkan atau sedang populer. Dalam konteks investasi digital, paparan informasi mengenai keberhasilan investasi orang lain melalui media sosial, forum daring, dan komunitas investor dapat memicu rasa penasaran serta ketertarikan individu terhadap aktivitas investasi. Dorongan emosional tersebut mendorong individu untuk lebih memperhatikan informasi

investasi dan mempertimbangkan keterlibatan mereka, yang pada akhirnya tercermin dalam meningkatnya minat investasi.

Beberapa penelitian-penelitian mendukung pandangan bahwa FOMO berkontribusi terhadap peningkatan minat individu dalam berinvestasi. (Saputri et al., 2023) menemukan bahwa FOMO berpengaruh terhadap minat investasi karena kecenderungan individu untuk meniru tren serta mengikuti keputusan kelompok atau pihak yang dipersepsikan lebih kompeten dalam bidang investasi dapat mendorong meningkatnya minat investasi. Selanjutnya, (Manchanda & Bajaj, 2025) menyatakan bahwa FOMO dapat meningkatkan ketertarikan investor terhadap instrumen investasi tertentu dengan memicu rasa ingin tahu dan motivasi untuk ikut serta dalam peluang yang dianggap menjanjikan. Dengan demikian, *Fear of Missing Out* berfungsi sebagai pemicu psikologis yang mampu menumbuhkan minat investasi, terutama pada generasi Z dan milenial yang memiliki keterlibatan tinggi dengan media digital dan lingkungan sosial daring. Semakin kuat tingkat FOMO yang dirasakan individu, semakin besar pula kecenderungan untuk tertarik dan berminat terhadap aktivitas investasi. Berdasarkan landasan teoritis dan temuan penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis keempat dalam penelitian ini sebagai berikut:

H4: *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z dan milenial

2.3.5 Pengaruh Minat Investasi terhadap Keputusan Investasi Generasi Z dan Milenial

Minat investasi dipandang sebagai faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi karena mencerminkan kesiapan psikologis dan kecenderungan individu untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), minat atau niat berperilaku merupakan determinan utama yang mendorong terjadinya perilaku aktual, termasuk dalam pengambilan keputusan investasi. Individu yang memiliki minat investasi tinggi cenderung lebih aktif dalam mencari dan mengevaluasi informasi, memahami potensi risiko dan imbal hasil, serta menunjukkan kesiapan untuk mengalokasikan dana pada instrumen investasi tertentu. Sebaliknya, rendahnya minat investasi dapat menghambat individu untuk mengambil keputusan investasi meskipun peluang yang tersedia dinilai menguntungkan.

Sejumlah penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan minat investasi terhadap keputusan investasi. (Gusti et al., 2025) menemukan bahwa minat investasi berperan penting dalam mendorong individu untuk merealisasikan niatnya ke dalam keputusan investasi yang nyata, terutama pada kelompok mahasiswa dan investor pemula. Temuan tersebut sejalan dengan hasil kajian literatur yang dilakukan oleh (Atmaya Fitra Alfathya et al., 2025) yang menyimpulkan bahwa minat investasi menjadi penghubung utama antara berbagai faktor penentu, seperti pengetahuan dan motivasi investasi, dengan perilaku pengambilan keputusan investasi. Selain itu, (Wulandari et

al., 2025) juga menegaskan bahwa individu dengan tingkat minat investasi yang tinggi cenderung lebih yakin dan konsisten dalam menentukan pilihan investasi karena telah melalui proses pertimbangan yang lebih matang. Dengan demikian, minat investasi tidak hanya merefleksikan ketertarikan individu terhadap aktivitas investasi, tetapi juga menjadi landasan psikologis yang mendorong terbentuknya keputusan investasi. Semakin kuat minat investasi yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut untuk mengambil keputusan investasi secara sadar dan terencana. Berdasarkan landasan teoritis dan temuan penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis kelima dalam penelitian ini sebagai berikut:

H5: Minat Investasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi generasi Z dan milenial

2.3.6 Pengaruh Minat Investasi dalam Memediasi Perkembangan Aplikasi

Investasi terhadap Keputusan Investasi

Minat investasi diposisikan sebagai variabel intervening yang menjembatani pengaruh perkembangan aplikasi investasi terhadap keputusan investasi, karena perkembangan teknologi tidak serta-merta mendorong individu untuk mengambil keputusan investasi tanpa melalui proses psikologis berupa ketertarikan dan kesiapan berinvestasi. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), minat atau niat berperilaku berfungsi sebagai mekanisme utama yang menghubungkan faktor-faktor eksternal dengan perilaku aktual. Sementara itu, *Technology Acceptance Model* (TAM)

menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan suatu teknologi membentuk sikap positif pengguna, yang kemudian mendorong munculnya minat untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Dalam konteks aplikasi investasi, kemudahan akses, fitur edukatif, dan efisiensi transaksi yang ditawarkan aplikasi investasi berpotensi meningkatkan minat investasi terlebih dahulu, sebelum akhirnya direalisasikan dalam bentuk keputusan investasi.

Beberapa penelitian mendukung peran mediasi minat investasi dalam hubungan antara faktor teknologi dan keputusan investasi. (Gusti et al., 2025) menunjukkan bahwa minat investasi secara signifikan memediasi pengaruh pengetahuan investasi dan perilaku keuangan terhadap keputusan investasi, yang mengindikasikan bahwa keputusan investasi umumnya didahului oleh terbentuknya minat yang kuat. Selain itu, (Sari et al., 2025) melalui studi literatur sistematis menemukan bahwa perkembangan teknologi finansial berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan partisipasi dan keputusan investasi. Dengan demikian, perkembangan aplikasi investasi tidak hanya memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan investasi, tetapi juga bekerja melalui peningkatan minat investasi sebagai tahapan psikologis antara. Semakin berkembang dan mudah aplikasi investasi digunakan, semakin tinggi minat individu untuk berinvestasi, yang pada akhirnya mendorong pengambilan keputusan investasi. Berdasarkan landasan teoritis dan temuan penelitian

terdahulu tersebut, maka dirumuskan hipotesis keenam dalam penelitian ini sebagai berikut:

H6: Minat investasi memediasi pengaruh perkembangan aplikasi investasi terhadap keputusan investasi pada generasi Z dan milenial

2.3.7 Pengaruh Minat Investasi dalam Memediasi *Fear of Missing Out* (FOMO) Investasi terhadap Keputusan Investasi

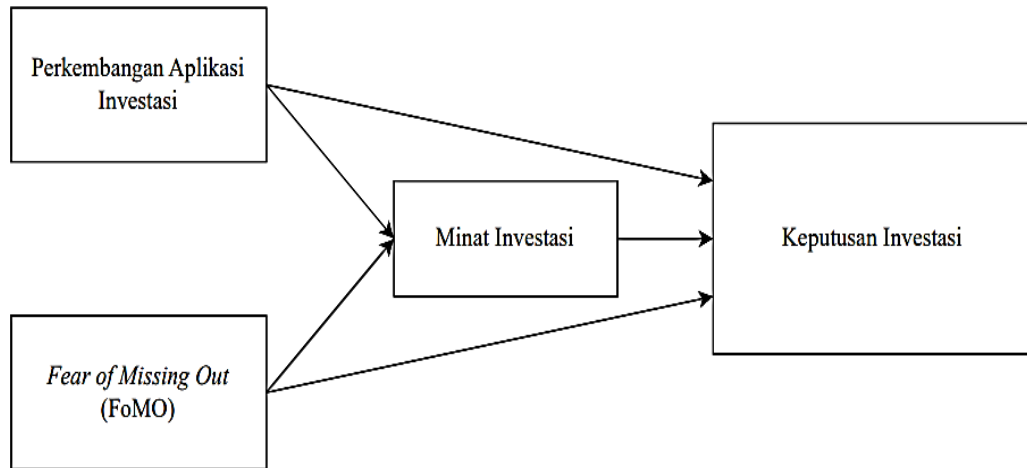
Minat investasi dipandang memiliki peran penting sebagai variabel intervening dalam hubungan antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dan keputusan investasi, karena pengaruh psikologis FOMO umumnya tidak langsung mendorong tindakan investasi tanpa melalui proses ketertarikan dan kesiapan individu. FOMO muncul sebagai dorongan emosional akibat kekhawatiran tertinggal dari peluang yang dimanfaatkan orang lain, sehingga memicu individu untuk lebih memperhatikan informasi investasi dan meningkatkan ketertarikan terhadap aktivitas investasi. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), kondisi psikologis seperti dorongan emosional dan tekanan sosial akan memengaruhi niat atau minat terlebih dahulu, sebelum akhirnya direalisasikan dalam bentuk perilaku aktual, yaitu keputusan investasi. Oleh karena itu, FOMO cenderung meningkatkan minat investasi sebagai tahap awal sebelum individu mengambil keputusan investasi secara nyata.

Penelitian empiris terbaru mendukung peran mediasi minat investasi dalam hubungan antara faktor psikologis dan keputusan investasi. (Laraga,

2025) menjelaskan bahwa FOMO pada investor ritel mendorong ketertarikan awal terhadap pasar modal karena individu terdorong untuk tidak tertinggal dari peluang yang sedang berkembang, sehingga meningkatkan minat untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Temuan tersebut sejalan dengan (Manchanda & Bajaj, 2025) yang menyatakan bahwa FOMO memicu rasa ingin tahu dan ketertarikan terhadap instrumen investasi tertentu, yang selanjutnya berpotensi diwujudkan dalam keputusan investasi. Dengan demikian, Fear of Missing Out tidak hanya memengaruhi keputusan investasi secara langsung, tetapi juga bekerja melalui peningkatan minat investasi sebagai mekanisme psikologis perantara. Semakin tinggi tingkat FOMO yang dirasakan individu, semakin besar minat investasi yang terbentuk, sehingga mendorong individu untuk mengambil keputusan investasi. Berdasarkan teori dan temuan penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis ketujuh dalam penelitian ini sebagai berikut:

H7: Minat investasi memediasi pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi pada generasi Z dan milenial

2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam meneliti populasi dan sampel yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel yang telah dirumuskan dalam hipotesis melalui pengukuran data numerik serta analisis statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh hasil yang bersifat objektif, terukur, dan dapat digeneralisasikan pada populasi yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2013) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui analisis data statistik.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi tidak hanya dipahami sebagai kumpulan individu dalam jumlah besar, tetapi juga sebagai unit analisis yang memiliki kesesuaian dengan variabel yang diteliti. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z dan milenial di Yogyakarta. Populasi ini dipilih karena generasi Z dan milenial merupakan kelompok usia yang relatif aktif dalam penggunaan teknologi digital dan media sosial, sehingga relevan dengan fenomena perkembangan aplikasi

investasi dan *Fear of Missing Out* (FOMO) yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, karakteristik generasi ini yang adaptif terhadap teknologi menjadikan mereka kelompok yang potensial dalam aktivitas investasi digital.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mewakili jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk dianalisis, di mana hasil penelitian pada sampel diharapkan dapat mencerminkan kondisi populasi secara umum. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang relevan dengan penelitian, sehingga diperlukan penyaringan responden agar data yang diperoleh lebih akurat dan sesuai dengan kebutuhan analisis. Adapun kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Termasuk dalam kategori generasi Z atau milenial sesuai dengan batasan tahun kelahiran
2. Berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Pernah menggunakan, mengetahui, atau memiliki ketertarikan terhadap aplikasi investasi digital

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini didasarkan pada pertimbangan kelayakan analisis statistik multivariat, khususnya untuk pengujian model dengan

variabel intervening. (Hair et al., 2017) menyatakan bahwa ukuran sampel minimal yang disarankan dalam analisis multivariat adalah antara 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini jumlah item yang digunakan sebanyak 20 item untuk mengukur 4 variabel. Dengan begitu, penentuan jumlah sampel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= n \times 5 \\ &= 20 \times 5 \\ &= 100\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel minimum yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu karakteristik, sifat, atau nilai yang melekat pada individu, objek, maupun aktivitas tertentu yang memiliki keragaman, kemudian ditentukan oleh peneliti untuk dikaji lebih lanjut dan dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013). Definisi operasional berfungsi sebagai pedoman dalam penyusunan instrumen penelitian serta memastikan keseragaman pemahaman antara peneliti dan pembaca mengenai makna variabel yang diteliti.

3.5.1.1 Variabel Independen (X)

Menurut (Sugiyono, 2013) variabel independen secara bahasa indonesia juga dapat disebut variabel bebas yang berarti variabel ini berperan sebagai faktor penyebab atau yang memberikan pengaruh terhadap perubahan

maupun munculnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini, terdapat dua variabel independen yaitu perkembangan aplikasi investasi dan *Fear of Missing Out* (FOMO).

A. Perkembangan Aplikasi Investasi (X1)

Perkembangan aplikasi investasi dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai persepsi responden terhadap tingkat kemajuan teknologi aplikasi investasi digital yang digunakan dalam aktivitas investasi. Variabel ini mencerminkan sejauh mana aplikasi investasi mampu memberikan kemudahan penggunaan, menyediakan fitur yang lengkap, menyajikan informasi secara cepat dan akurat, serta mendukung efisiensi transaksi investasi. Perkembangan teknologi telah mendorong proses investasi menjadi lebih efektif, terbuka, serta memungkinkan investor untuk mengaksesnya setiap saat, khususnya Generasi Z yang memiliki ketergantungan tinggi terhadap teknologi dalam aktivitas sehari-hari (Agustin & Sari, 2025). Pengukuran variabel perkembangan aplikasi investasi (X1) dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang diadaptasi dari (Utami & Sitanggang, 2023) dan kemudian dikembangkan.

Tabel 3. 1 Pertanyaan Variabel Perkembangan Aplikasi Investasi

No	Pertanyaan
1.	Aplikasi investasi memungkinkan saya berinvestasi kapan saja dan dimana saja

2.	Fitur notifikasi di aplikasi membantu saya mendapatkan update pasar dengan cepat
3.	Aplikasi menyediakan berbagai pilihan instrumen investasi (saham, reksa dana, obligasi, dll)
4.	Proses transaksi jual beli di aplikasi investasi sangat mudah dan cepat
5.	Aplikasi menyediakan materi edukasi tentang investasi yang mudah dipahami

B. *Fear of Missing Out* (X2)

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan kondisi psikologis yang timbul ketika seseorang merasakan kecemasan karena adanya kekhawatiran tertinggal atau tidak memperoleh pengalaman maupun peluang yang sedang dialami oleh orang lain (Febriana et al., 2024). Pengukuran variabel perkembangan aplikasi investasi (X1) dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang diadaptasi dari (Cindiyasari & Jannah, 2025) dan kemudian dikembangkan.

Tabel 3. 2 Pertanyaan *Variabel Fear of Missing Out*

No	Pertanyaan
1.	Saya merasa khawatir karena menyesal jika tidak ikut berinvestasi pada instrument yang sedang populer

2.	Saya sering merasa terpengaruh oleh informasi investasi yang sedang viral di media sosial
3.	Postingan keberhasilan orang lain di media sosial dalam berinvestasi menyebabkan saya ingin segera berinvestasi
4.	Saya merasa perlu segera bertindak saat melihat banyak orang membeli instrument tertentu
5.	Saya sering merasa harus segera berinvestasi agar tidak kehilangan momentum pasar

3.5.1.2 Variabel Dependen (Y)

Menurut (Sugiyono, 2013) variabel dependen secara bahasa indonesia disebut juga sebagai variabel terikat yang berarti variabel ini keberadaannya dipengaruhi dan muncul sebagai hasil dari pengaruh variabel bebas. Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah keputusan investasi. Pengukuran variabel keputusan investasi (Y) dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang diadaptasi dari (Paramita et al., 2025) dan kemudian dikembangkan.

Tabel 3. 3 Pertanyaan Variabel Keputusan Investasi

No	Pertanyaan
1.	Saya memilih instrument investasi berdasarkan analisis yang matang
2.	Saya memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan saya

3.	Saya memiliki strategi yang jelas dalam menentukan kapan harus masuk atau keluar dari investasi
4.	Saya mempertimbangkan profil risiko saya sebelum memilih instrumen investasi
5.	Saya tidak mudah terpengaruh emosi dalam mengevaluasi keputusan investasi saya

3.5.1.3 Variabel Intervening (Z)

Menurut (Sugiyono, 2013) variabel intervening adalah variabel yang secara konseptual berperan dalam menjembatani pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sehingga hubungan keduanya bersifat tidak langsung serta tidak dapat diamati maupun diukur secara langsung. Pada penelitian ini variabel yang digunakan sebagai intervening adalah minat investasi. Pengukuran variabel minat investasi (Z) dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang diadaptasi dari (Utami & Sitanggang, 2023) dan (Agustin & Sari, 2025) yang kemudian dikembangkan.

Tabel 3. 4 Pertanyaan Variabel Minat Investasi

No	Pertanyaan
1.	Saya tertarik untuk mempelajari lebih dalam tentang investasi
2.	Saya aktif dalam mencari informasi tentang berbagai jenis instrument investasi

3.	Saya percaya investasi adalah cara yang baik untuk mengembangkan kekayaan saya
4.	Saya memiliki komitmen untuk berinvestasi secara rutin
5.	Saya bersedia meluangkan waktu untuk mempelajari strategi investasi

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner menggunakan *google form* untuk menjangkau responden generasi Z dan generasi milenial yang berdomisili di Yogyakarta. Metode ini dipilih karena dinilai mampu mengumpulkan data primer secara langsung dari responden dalam jumlah relatif besar serta efisien dari segi waktu dan biaya. Menurut (Creswell, 2014), survei merupakan prosedur dalam penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel populasi guna menggambarkan kecenderungan, opini, atau karakteristik tertentu dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini, pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert 5 poin, yang terdiri atas 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Kurang Setuju), 4 (Setuju), 5 (Sangat Setuju).

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis varian dengan metode *Partial Least Squares* (PLS-SEM) yang dioperasikan melalui aplikasi

SmartPLS. Penggunaan PLS-SEM dipilih karena metode ini sesuai untuk penelitian yang berorientasi pada prediksi serta mampu menganalisis hubungan antar konstruk laten secara simultan, termasuk model yang melibatkan variabel mediasi. Selain itu, PLS-SEM tidak menuntut asumsi distribusi normal secara ketat dan relatif fleksibel terhadap ukuran sampel dengan tetap menghasilkan estimasi parameter yang andal (Hair et al., 2017). Oleh karena itu, metode ini tepat digunakan dalam penelitian ini yang menguji pengaruh perkembangan aplikasi investasi dan *fear of missing out* terhadap keputusan investasi dengan minat investasi sebagai variabel intervening. Proses analisis data dalam PLS-SEM sendiri umumnya terdiri dari dua tahapan utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*)

3.5.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji model pengukuran dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan benar-benar mencerminkan dan mampu mengukur variabel laten yang hendak diukur secara valid dan reliabel.. Pada tahap ini mencakup berbagai pengujian diantaranya yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini, seluruh variabel (perkembangan aplikasi investasi, *fear of missing out*, keputusan investasi, dan minat investasi) dioperasionalkan sebagai model reflektif, di mana indikator dipandang sebagai variabel latennya.

3.5.1.1 Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi satu sama lain. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* dan *average variance extracted* (AVE). Suatu indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 (Hair et al., 2017). Nilai ini menunjukkan bahwa indikator tersebut mampu menjelaskan variabel latennya dengan baik. Meskipun demikian, indikator dengan loading antara 0,60 - 0,70 masih dapat dipertahankan sepanjang nilai AVE dan reliabilitas konstruk tetap memenuhi kriteria. Selain itu, validitas konvergen juga dapat dinilai dari nilai AVE. Adapun nilai AVE yang disarankan adalah diatas 0,50, yang berarti bahwa variabel laten mampu menjelaskan setidaknya setengah dari varian indikator-indikatornya.

3.5.1.2 Uji Validitas Diskriminatif

Validitas diskriminan dilakukan dengan tujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya dalam model penelitian. Hal ini berarti setiap variabel laten memiliki karakteristik empiris yang unik. Pengujian validitas diskriminan dapat dilakukan melalui beberapa kriteria yaitu *forneel-larcker*, *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT), dan *cross loading*. Namun, pada penelitian ini hanya menggunakan kriteria HTMT karena dianggap lebih mutakhir dan lebih ketat di antara kriteria atau pendekatan lainnya. (Henseler et al., 2015) menyatakan bahwa nilai HTMT yang berada di bawah 0,90 menunjukkan bahwa konstruk memiliki diskriminasi yang memadai. Apabila nilai HTMT melebihi batas tersebut,

maka terdapat indikasi bahwa dua konstruk yang diuji kurang memiliki perbedaan yang jelas secara empiris.

3.5.1.3 Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, *outer model* juga dievaluasi dari aspek reliabilitas. Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi internal antarindikator dalam mengukur konstruk yang sama. Dalam PLS-SEM, reliabilitas umumnya diukur melalui *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. *Composite reliability* dinilai lebih representatif karena memperhitungkan perbedaan bobot setiap indikator dalam membentuk konstruk sehingga tidak mengasumsikan bahwa seluruh indikator memiliki kontribusi yang sama (Hair et al., 2017). Adapun kriteria data dapat dikatakan reliabel apabila nilainya $\geq 0,70$. Hal ini menunjukkan bahwa indikator dalam satu konstruk memiliki konsistensi yang baik.

3.5.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Uji model struktural dilakukan untuk menilai kekuatan hubungan antar variabel laten serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dengan kata lain, di sinilah kita akan membuktikan apakah Perkembangan Aplikasi Investasi dan FoMO benar-benar berpengaruh terhadap Minat dan Keputusan Investasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. (Hair et al., 2017) menegaskan bahwa evaluasi *inner model* harus dilakukan secara menyeluruh dan berurutan agar kesimpulan yang dihasilkan dapat mencerminkan kondisi data secara akurat dan tidak menyesatkan.

3.5.2.1 *Collinearity Assessment* (VIF)

Dalam analisis PLS-SEM, salah satu tahapan penting sebelum menginterpretasikan hubungan antarvariabel adalah melakukan pengujian multikolinearitas atau *collinearity assessment*. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel independen memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat, sehingga menyulitkan model dalam memisahkan kontribusi masing-masing variabel terhadap variabel dependen (Hair et al., 2017). Apabila kondisi ini terjadi, maka hasil estimasi koefisien jalur dapat menjadi tidak stabil dan interpretasi pengaruh variabel menjadi kurang akurat. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai VIF yang menunjukkan seberapa besar tingkat inflasi varians yang disebabkan oleh adanya korelasi antarvariabel prediktor. Apabila nilai VIF yang diperoleh berada di bawah 5, maka menunjukkan bahwa model tidak mengalami masalah multikolinearitas. Sebaliknya, jika memperoleh nilai $VIF \geq 5$, maka terindikasi terjadinya multikolinearitas

3.5.2.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk menunjukkan proporsi variansi pada variabel endogen yang berhasil dijelaskan secara bersama-sama oleh seluruh variabel eksogen yang terhubung langsung dengannya. Penafsiran dalam nilai R^2 dibagi menjadi tiga kategori, diantaranya jika nilainya sekitar 0,25 dapat dikatakan lemah, jika nilainya sekitar 0,50 dapat dikatakan moderat, dan jika nilainya sekitar 0,75 dapat dikatakan kuat (Hair et al., 2017). Nilai R^2 yang semakin tinggi menunjukkan kemampuan penjelasan model yang semakin baik.

3.5.2.3 Uji Effect Size (f^2)

Uji ini digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi substantif suatu konstruk eksogen terhadap nilai R^2 dari konstruk endogen yang dipengaruhi. Dengan kata lain, nilai f^2 menunjukkan perubahan nilai R^2 apabila suatu variabel independen dihilangkan dari model. Jika pengeluaran variabel tersebut menyebabkan penurunan R^2 yang cukup besar, berarti variabel tersebut memiliki pengaruh yang substantif. Adapun nilai f^2 diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35) (Hair et al., 2017). Melalui pengujian ini, peneliti dapat mengidentifikasi variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan dalam model struktural.

3.5.2.4 Uji *Predictive Relevance* (Q^2)

Pengujian *predictive relevance* dilakukan untuk menilai kemampuan model dalam memprediksi data observasi. Nilai Q^2 atau *predictive relevance* diperoleh melalui prosedur *blindfolding* yang tersedia dalam SmartPLS. Prosedur ini bekerja dengan cara menghilangkan sebagian data secara sistematis kemudian membangun kembali prediksinya berdasarkan parameter model yang telah diestimasi. Apabila nilai $Q^2 > 0$, maka model dinyatakan memiliki relevansi prediktif yang memadai (Hair et al., 2017). Sebaliknya, jika nilai $Q^2 < 0$, maka model dinyatakan tidak memiliki relevansi prediktif yang memadai. Adapun nilai Q^2 dibagi menjadi tiga kategori, yakni nilai di atas 0,00 menunjukkan relevansi prediktif kecil, di atas 0,25 tergolong sedang, dan di atas 0,50 mengindikasikan relevansi prediktif yang besar.

3.5.2.5 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan metode *resampling* yang disebut dengan *bootstrapping*. Teknik ini menggunakan proses *resampling* untuk memperoleh estimasi yang stabil terhadap koefisien jalur. Adapun parameter yang diperhatikan meliputi nilai *path coefficient*, *t-statistics*, dan *p-value*. Pada tingkat signifikansi 5% atau alpha 0,05, hipotesis dinyatakan didukung apabila nilai *t-statistics* lebih besar dari 1,96 atau *p-value* < 0,05 (Hair et al., 2017). Selain itu, *path coefficient* yang bernilai positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan nilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh perkembangan aplikasi investasi dan *fear of missing out* (FOMO) terhadap keputusan investasi dengan minat investasi sebagai variabel intervening pada generasi Z dan generasi milenial yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Subjek penelitian dipilih berdasarkan karakteristik yang relevan dengan perkembangan investasi digital, yaitu kelompok usia yang memiliki tingkat adopsi teknologi serta intensitas penggunaan media sosial yang relatif tinggi.

Pada penelitian ini, pengambilan data dilakukan dalam rentang waktu 28 Januari-20 Februari 2026. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan platform *google form*. Metode ini dipilih karena dinilai efektif dalam menjangkau responden sesuai kriteria penelitian serta mampu mengumpulkan data dalam waktu yang relatif efisien. Proses penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial dan jaringan komunikasi yang banyak digunakan oleh generasi Z dan milenial. Adapun hasil pengumpulan data dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang diterima	130	100%
Kuesioner yang tidak memenuhi kriteria	11	8%
Kuesioner yang memenuhi kriteria	119	92%

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berhasil didapatkan oleh peneliti sebanyak 130 responden atau setara 100%. Setelah dilakukan proses seleksi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, data yang dinyatakan memenuhi kriteria sebanyak 119 responden atau setara 92% dan yang tidak memenuhi kriteria sebanyak 11 responden atau setara dengan 8%. Dengan demikian dari seluruh responden, data yang dapat dianalisis dan diolah lebih lanjut sebagai bahan penelitian sebanyak 119 responden.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui distribusi partisipan penelitian. Komposisi ini dapat memberikan gambaran mengenai keterlibatan laki-laki dan perempuan dalam aktivitas investasi digital.

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki – laki	67	56%
Perempuan	52	44%
Total	119	100%

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa dari 119 responden yang memenuhi kriteria didominasi oleh laki-laki sebanyak 67 orang atau sebesar 56%. Sementara itu, responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 52 orang atau sebesar 44%.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran

Tahun Kelahiran	Jumlah	Persentase
1981 – 1996	15	13%
1997 – 2012	104	87%
Total	119	100%

Sumber: Data primer diolah 2026

Klasifikasi usia dilakukan untuk memastikan bahwa responden termasuk dalam kategori generasi Z dan generasi milenial sesuai dengan batasan yang telah ditetapkan dalam penelitian. Generasi milenial merupakan generasi yang dikategorikan lahir pada tahun 1981 hingga 1996. Sedangkan generasi Z merupakan generasi yang dikategorikan lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Berdasarkan hasil pada tabel 4.3, mayoritas responden lahir pada tahun 1997 hingga 2012 dengan jumlah 104 orang orang atau sebesar 87% dari total sampel. Disisi lain, responden yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996 berjumlah 15 orang atau sebesar 13%. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden yang termasuk dalam kategori generasi Z.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	30	25%
Pekerja	58	49%
Wirausaha	27	23%
Ibu Rumah Tangga	4	3%
Total	119	100%

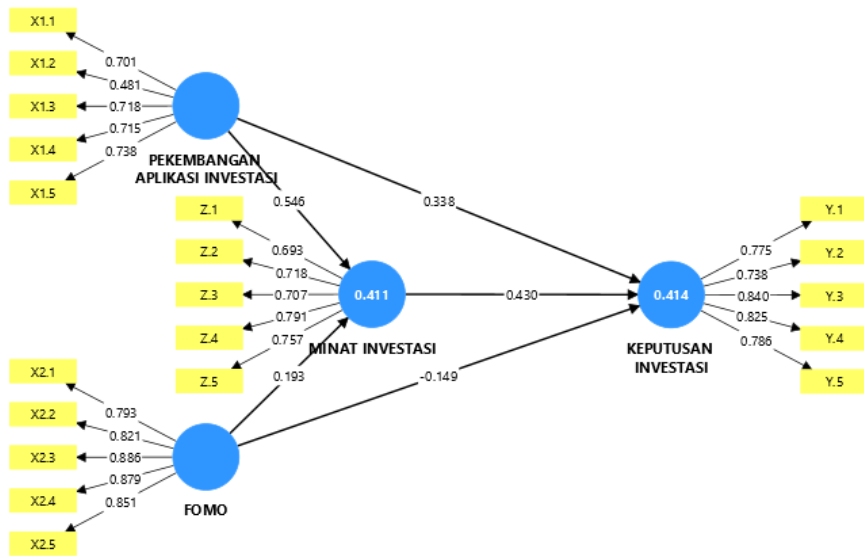
Sumber: Data primer diolah 2026

Pengklasifikasian status dilakukan untuk mengetahui responden yang mendominasi dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa

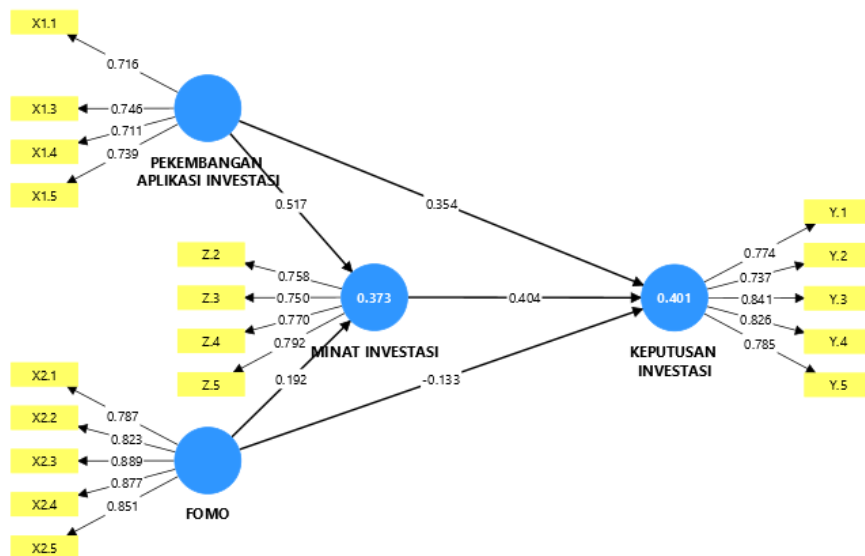
responden yang berstatus sebagai mahasiswa sebanyak 30 orang atau setara 25%, dilanjut dengan yang berstatus sebagai pekerja sebanyak 58 orang atau setara 49%, berstatus wirausaha sebanyak 27 setara 23%, dan ibu rumah tangga sebanyak 4 orang atau setara 3%. Dengan demikian yang paling mendominasi dalam melakukan investasi pada penelitian ini merupakan orang yang berstatus sebagai pekerja.

4.3 Hasil Model Pengukuran (*Outer Model*)

Sebelum melakukan uji hipotesis, langkah awal yang harus ditempuh dalam melakukan pengujian menggunakan *SmartPLS* adalah mengevaluasi model pengukuran atau yang dikenal dengan istilah *outer model*. Evaluasi ini dilakukan guna memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam penelitian benar-benar mampu mengukur variabel laten yang dimaksud secara akurat dan konsisten. Proses evaluasi *outer model* dalam penelitian ini mencakup tiga pengujian utama, yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, serta uji reliabilitas. Adapun pengujian *outer model* dalam penelitian ini dilakukan sebanyak 2 kali untuk menghasilkan data yang layak diuji lebih lanjut. Hasil pengujian *outer model* dalam dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. 1 Hasil *Outer Model* 1



Gambar 4. 2 Hasil *Outer Model* 2

4.3.1 Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen dilakukan untuk mengetahui sejauh mana indikator dalam satu konstruk memiliki tingkat korelasi yang tinggi satu sama lain. Dalam analisis PLS-SEM, pengujian ini dapat dilihat dari besarnya nilai *outer loading* dan *average variance extracted* (AVE). Suatu indikator dinyatakan valid secara konvergen apabila nilai *outer loading* melebihi ambang batas 0,70 dan nilai AVE nya diatas 0,50. Apabila nilai *outer loading* berada dibawah 0,70, maka indikator tersebut perlu dihilangkan. Hasil uji validitas konvergen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Konvergen 1

Konstruk	Indikator	Outer Loading	AVE
Perkembangan Aplikasi Investasi	X1.1	0,701	0,459
	X1.2	0,481	
	X1.3	0,718	
	X1.4	0,715	
	X1.5	0,738	
<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	X2.1	0,793	0,717
	X2.2	0,821	
	X2.3	0,886	
	X2.4	0,879	
	X2.5	0,851	
Minat Investasi	Z.1	0,693	0,539
	Z.2	0,718	
	Z.3	0,707	
	Z.4	0,791	
	Z.5	0,757	
Keputusan Investasi	Y.1	0,775	0,630
	Y.2	0,738	
	Y.3	0,840	
	Y.4	0,825	
	Y.5	0,786	

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan *SmartPLS*, diperoleh nilai *outer loading* dan AVE sebagaimana disajikan pada tabel 4.5. Dapat diketahui bahwa hampir seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *outer loading* yang berada di atas ambang batas yang direkomendasikan, yaitu 0,70. Meskipun demikian, masih terdapat indikator yang memperoleh nilai *outer loading* dibawah 0,70 yaitu pada indikator X1.2 dan Z.1. Untuk itu perlu dilakukan penghapusan atau eliminasi pada indikator yang tidak memenuhi kriteria ($<0,70$). Hal ini juga menyebabkan sebagian nilai AVE masih berada di bawah batas minimal. Oleh karena itu, pengujian dilakukan kembali dengan mengeliminasi kedua indikator yang tidak memenuhi kriteria tersebut sehingga dihasilkan nilai pada tabel berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Konvergen 2

Konstruk	Indikator	<i>Outer Loading</i>	AVE
Perkembangan Aplikasi Investasi	X1.1	0,716	0,530
	X1.3	0,746	
	X1.4	0,711	
	X1.5	0,739	
<i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	X2.1	0,787	0,716
	X2.2	0,823	
	X2.3	0,889	
	X2.4	0,877	
	X2.5	0,851	
Minat Investasi	Z.2	0,758	0,589
	Z.3	0,750	
	Z.4	0,770	
	Z.5	0,792	
Keputusan Investasi	Y.1	0,774	0,630
	Y.2	0,737	
	Y.3	0,841	
	Y.4	0,826	
	Y.5	0,785	

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.6, dapat dilihat sudah tidak terdapat indikator yang memperoleh nilai *outer loading* $< 0,7$. Nilai *outer loading* yang tinggi juga mencerminkan bahwa indikator-indikator tersebut berkontribusi secara signifikan dalam membentuk variabel latennya masing-masing. Selain itu, hasil dari penghapusan indikator yang tidak memenuhi kriteria juga berimbas pada nilai AVE yang semakin meningkat. Dapat dilihat nilai AVE pada variabel perkembangan aplikasi investasi yang awalnya tidak memenuhi batas minimum ($0,459 < 0,5$) menjadi memenuhi kriteria ($0,530 > 0,5$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan sudah memenuhi syarat validitas konvergen.

4.3.2 Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dilakukan untuk memastikan bahwa suatu konstruk benar-benar berbeda dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya dalam model penelitian. Dengan kata lain, indikator-indikator pada suatu variabel seharusnya memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan variabelnya sendiri dibandingkan dengan korelasi terhadap indikator-indikator pada variabel lain. Dalam penelitian ini, pengujian validitas diskriminan dilakukan menggunakan pendekatan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Adapun kriteria yang harus dipenuhi adalah nilai HTMT yang diperoleh harus lebih kecil dari 0,90. Apabila nilai HTMT di bawah ambang batas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kedua konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik. Hasil perhitungan nilai HTMT dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Perhitungan HTMT

Hubungan Antar Variabel	Nilai HTMT	Keterangan
Keputusan Investasi → FOMO	0,186	Terpenuhi
Keputusan Investasi → Perkembangan Aplikasi Investasi	0,681	Terpenuhi
Minat Investasi → Keputusan Investasi	0,671	Terpenuhi
Minat Investasi → FOMO	0,434	Terpenuhi
Perkembangan Aplikasi Investasi → Minat Investasi	0,790	Terpenuhi
Perkembangan Aplikasi Investasi → FOMO	0,424	Terpenuhi

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan Tabel 4.6, seluruh nilai HTMT untuk setiap pasangan konstruk berada di bawah ambang batas yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0,90. Nilai HTMT terendah terdapat pada hubungan antara keputusan investasi dan FOMO yaitu sebesar 0,186, sedangkan nilai tertinggi terdapat pada hubungan antara minat investasi dan perkembangan aplikasi investasi yaitu sebesar 0,790. Dengan terpenuhinya nilai HTMT dibawah 0,9, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk penelitian memiliki validitas diskriminan yang memadai dan secara empiris dapat dibedakan satu sama lain.

4.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilaksanakan untuk mengukur tingkat konsistensi dan keandalan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila pengukuran yang dilakukan secara berulang terhadap objek yang sama menghasilkan data yang relatif stabil. Dalam

SmartPLS, reliabilitas konstruk dinilai melalui dua indikator utama yaitu *cronbach's alpha* (CA) dan *composite reliability*. Adapun kriteria yang harus dipenuhi yaitu apabila memperoleh nilai *cronbrach's alpha* dan *composite reliability* diatas 0,70, maka dapat konstruk yang ada dalam penelitian dinyatakan reliabel. Hasil perhitungan nilai dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	CA	CR	Keterangan
Perkembangan Aplikasi Investasi (X1)	0,705	0,819	Reliabel
FOMO (X2)	0,901	0,926	Reliabel
Minat Investasi (Z)	0,768	0,851	Reliabel
Keputusan Investasi (Y)	0,854	0,895	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan hasil analisis, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam mengukur perkembangan aplikasi investasi, FOMO, minat investasi, dan keputusan investasi telah memenuhi kriteria reliabilitas dan dapat dinyatakan konsisten dalam mengukur konstruk yang diteliti.

4.4 Hasil Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah *outer model* dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, tahapan selanjutnya adalah mengevaluasi model struktural (*inner model*). Evaluasi ini bertujuan untuk mengkaji kekuatan prediksi model serta menguji arah dan signifikansi hubungan antar konstruk yang telah dirumuskan dalam hipotesis penelitian. Dalam pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), pengujian *inner model* dilakukan melalui beberapa indikator, yaitu

koefisien determinasi (R^2), *predictive relevance* (Q^2), *effect size* (f^2), serta pengujian hipotesis melalui prosedur *bootstrapping*.

4.4.1 *Collinearity Assessment* (VIF)

Multikolinearitas mengacu pada kondisi di mana terjadi korelasi yang tinggi antar variabel eksogen dalam model, yang dapat menyebabkan bias dalam estimasi koefisien jalur dan memperbesar kesalahan standar. Dalam PLS-SEM, multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk setiap kombinasi variabel prediktor. Adapun kriteria model terbebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai VIF yang lebih kecil dari 5,00. Sebaliknya, apabila nilai VIF lebih besar dari 5,00, maka model tersebut dinyatakan terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4. 9 Hasil VIF

Hubungan Variabel	VIF
Perkembangan Aplikasi Investasi → Keputusan Investasi	1,564
Perkembangan Aplikasi Investasi → Minat Investasi	1,138
FOMO → Keputusan Investasi	1,197
FOMO → Minat Investasi	1,138
Minat Investasi → Keputusan Investasi	1,595

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.9, menunjukkan seluruh hubungan antar variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 5,00. Hal ini berarti secara keseluruhan sudah memenuhi kriteria yang ditentukan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel eksogen mampu menjelaskan variabel endogen dalam model penelitian. Nilai R^2 menunjukkan proporsi variasi konstruk dependen yang dapat diterangkan oleh konstruk independen yang memengaruhinya. Secara umum nilai 0,75 dikategorikan sebagai kuat, nilai 0,50 sebagai moderat, dan nilai 0,25 sebagai lemah. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar kemampuan model dalam memprediksi fenomena yang dibangun. Hasil perhitungan R^2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R-Square	Adjusted R-Square	Keterangan
Keputusan Investasi (Y)	0,401	0,385	Moderat - Lemah
Minat Investasi (Z)	0,373	0,362	Moderat - Lemah

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat hasil perhitungan R^2 pada variabel keputusan investasi dan minat investasi. Pada variabel keputusan menghasilkan nilai R^2 sebesar 0,401. Hal ini berarti variabel perkembangan aplikasi investasi, FOMO, dan minat investasi secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar 40,1% varians keputusan investasi, sedangkan 59,9% dijelaskan oleh variabel lainnya. Sementara itu, pada minat investasi memperoleh nilai R^2 sebesar 0,373. Hal ini berarti variabel perkembangan aplikasi investasi dan FOMO secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar 37,3% varians minat investasi, sedangkan 62,7% dijelaskan oleh

variabel lainnya. Kedua nilai R^2 berada pada rentang 0,25-0,50, sehingga dapat dikategorikan memiliki tingkat kemampuan penjelasan yang moderat menuju lemah.

4.4.3 Uji *Effect Size* (f^2)

Nilai *effect size* (f^2) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pengujian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi relatif suatu variabel eksogen tertentu terhadap nilai R^2 suatu variabel endogen. Dengan kata lain, f^2 menggambarkan seberapa signifikan peran suatu konstruk prediktor apabila ia dihapus dari model. Adapun kriteria pada uji ini digolongkan menjadi tiga kategori yaitu kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35). Hasil dari pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji *Effect Size* (f^2)

Hubungan Jalur	f^2	Kategori Efek
Perkembangan Aplikasi Investasi (X1) → Keputusan Investasi (Y)	0,134	Kecil
Perkembangan Aplikasi Investasi (X1) → Minat Investasi (Z)	0,374	Besar
FOMO (X2) → Keputusan Investasi (Y)	0,025	Kecil
FOMO (X2) → Minat Investasi (Z)	0,052	Kecil
Minat Investasi (Z) → Keputusan Investasi (Y)	0,171	Sedang

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dilihat hubungan antara perkembangan aplikasi investasi dengan keputusan investasi memiliki nilai f^2 sebesar 0,134

yang tergolong kecil meskipun nilainya mendekati kategori sedang. Hubungan perkembangan aplikasi investasi dengan minat investasi memiliki nilai yang tergolong besar yaitu 0,374. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel tersebut merupakan determinan utama dalam membentuk minat investasi responden. Hubungan minat investasi dengan keputusan investasi juga memberikan hasil yang sedang walaupun tidak besar yaitu 0,171. Sementara itu, hubungan FOMO dengan keputusan dan minat investasi memberikan nilai yang tergolong kecil yaitu 0,025 dan 0,052. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi langsung variabel FOMO relatif terbatas dalam model struktural.

4.4.4 Uji *Predictive Relevance* (Q^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai Q^2 menunjukkan kemampuan model dalam memprediksi data empiris yang tidak digunakan dalam estimasi parameter. Pengujian *predictive relevance* dilakukan dengan prosedur *blindfolding* yang ada pada *SmartPLS*. Apabila nilai Q^2 lebih besar dari nol, maka model dinyatakan memiliki relevansi prediktif. Sebaliknya, apabila nilai Q^2 yang kurang dari atau sama dengan nol menunjukkan bahwa model tidak memiliki kemampuan prediksi yang memadai. Hasil dari uji *predictive relevance* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji *Predictive Relevance* (Q^2)

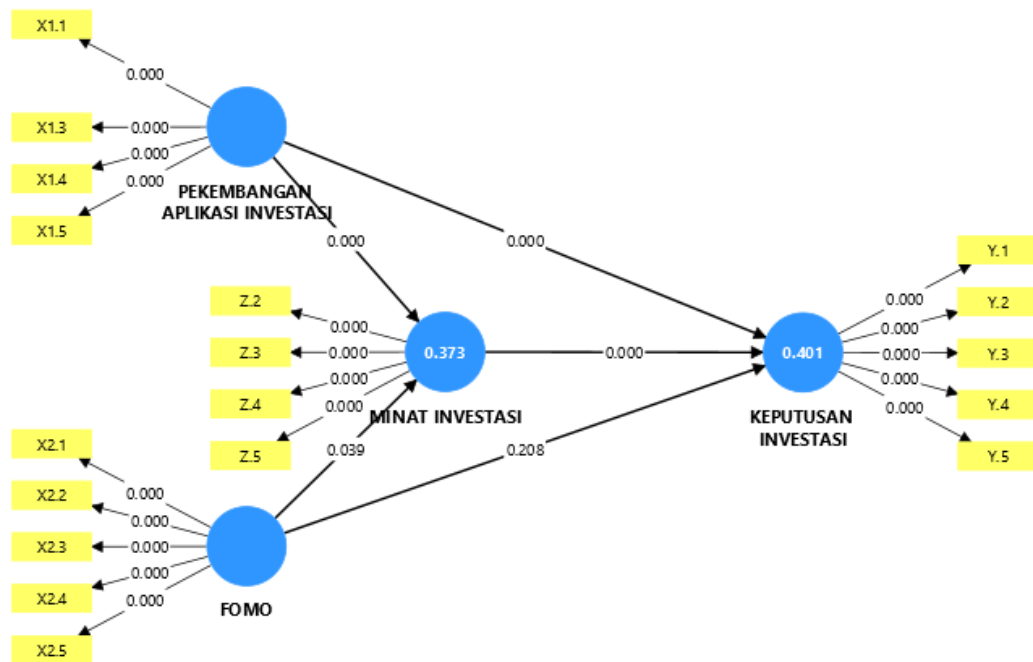
Variabel	$Q^2 (= 1 - SSE/SSO)$	Keterangan
Minat Investasi (Z)	0,321	Relevan
Keputusan Investasi (Y)	0,240	Relevan

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.11, dapat dilihat variabel minat investasi memperoleh nilai Q^2 sebesar 0,321 dan variabel keputusan investasi memperoleh nilai Q^2 sebesar 0,240. Nilai Q^2 yang diperoleh kedua variabel tersebut menunjukkan hasil yang lebih besar dari 0. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model struktural yang dibangun dalam penelitian ini memiliki relevansi prediktif yang baik. Hal ini berarti model mampu memberikan estimasi yang cukup akurat terhadap nilai aktual konstruk-konstruk endogen yang diteliti.

4.4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam Partial Least Square dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* guna memperoleh nilai *T-statistics* dan *P-value* pada setiap jalur dalam model. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis mengacu pada nilai *T-statistics* dan *P-value*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah diajukan sebelumnya mengenai pengaruh perkembangan aplikasi investasi dan *fear of missing out* (FOMO) terhadap keputusan investasi, baik secara langsung maupun melalui mediasi minat investasi. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dibagi menjadi dua untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan tidak langsung. Untuk lebih lengkapnya, hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada gambar 4.3.



Gambar 4. 3 Hasil Uji Hipotesis

4.4.5.1 Pengujian Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Kriteria yang digunakan untuk menentukan diterimanya suatu hipotesis adalah apabila nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 (untuk tingkat signifikansi 5% atau alpha 0,05) atau apabila nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05. Selain itu, arah pengaruh dapat dilihat dari nilai koefisien jalur, di mana nilai positif menunjukkan hubungan yang searah dan nilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah. Hasil pengujian pengaruh langsung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

H	Konstruk	<i>Original Sample</i>	<i>T-statistics</i>	<i>P-values</i>	Keterangan
H1	X1 → Y	0,354	4,406	0,000	H1 Diterima
H2	X1 → Z	0,517	4,884	0,000	H2 Diterima

H3	$X2 \rightarrow Y$	-0,133	1,265	0,208	H3 Ditolak
H4	$X2 \rightarrow Z$	0,192	2,084	0,039	H4 Diterima
H5	$Z \rightarrow Y$	0,404	4,259	0,000	H5 Diterima

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung pada tabel 4.13, menunjukkan bahwa empat hipotesis memiliki nilai *p-values* dibawah alpha 0,05 dan nilai *t-statistics* lebih dari 1,96. Selain itu, nilai dari *original sample* juga menunjukkan nilai yang positif. Hal ini berarti keempat hipotesis (H1, H2, H4, dan H5) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Meskipun demikian, pada H3 menunjukkan nilai *p-values* lebih dari alpha yang ditentukan (0,208) dan nilai *t-statistics* juga kurang dari 1,96 (1,265). Nilai pada *original sample* juga tidak menunjukkan angka yang positif (-0,133). Hal ini mengindikasikan bahwa minat investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi yang artinya H3 ditolak. Dengan demikian dari pengujian pengaruh langsung pada H1, H2, H3, H4, dan H5, dapat disimpulkan hanya H3 saja yang ditolak dan sisanya diterima.

4.4.5.2 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Sama seperti pengujian pengaruh langsung, pengujian ini juga memiliki kriteria yaitu apabila nilai *t-statistik* lebih besar dari 1,96 (untuk tingkat signifikansi 5% atau alpha 0,05) atau apabila nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis dapat diterima. Sebaliknya, jika *t-statistics* kurang dari 1,96 atau *p-values* lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak.

Hasil dari pengujian pengaruh tidak langsung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

H	Konstruk	<i>Original Sample</i>	<i>T-statistics</i>	<i>P-values</i>	Keterangan
H6	X1 → Z → Y	0,209	3,299	0,001	H6 Diterima
H7	X2 → Z → Y	0,078	1,787	0,077	H7 Ditolak

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung pada tabel 4.13, menunjukkan bahwa H6 memiliki nilai *p-values* dibawah alpha ($0,001 < 0,05$) dan nilai *t-statistics* lebih dari 1,96. Selain itu, nilai dari *original sample* juga menunjukkan nilai yang positif. Pada H7 juga menunjukkan nilai *original sample* yang positif namun nilai *p-values* yang dihasilkan justru lebih besar dari *alpha* ($0,077 > 0,05$) dan *t-statistics* kurang dari 1,96. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H6 diterima dan H7 ditolak artinya minat investasi mampu memediasi variabel perkembangan aplikasi investasi terhadap keputusan investasi, namun tidak mampu memediasi variabel FOMO terhadap keputusan investasi.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Perkembangan Aplikasi Investasi Berpengaruh Positif terhadap

Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,354, nilai *t*-

statistics sebesar 4,406, serta *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin berkembang dan mudah diakses suatu aplikasi investasi, semakin besar kecenderungan generasi Z dan milenial untuk mengambil keputusan investasi secara aktual. Hal ini dapat terjadi karena aplikasi investasi modern tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga menyediakan berbagai fitur pendukung seperti informasi pasar *real-time*, grafik pergerakan harga, notifikasi, hingga konten edukasi yang membantu pengguna dalam proses pengambilan keputusan.

Temuan ini sejalan dengan asumsi *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan (Davis, 1989), bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan suatu sistem teknologi secara langsung memengaruhi perilaku penerimaan pengguna, dalam hal ini berupa tindakan pengambilan keputusan investasi. Selain itu, hasil temuan pada penelitian ini selaras dengan temuan (Indrawati & Cahyaning, 2024) yang menunjukkan bahwa kemajuan teknologi finansial secara nyata meningkatkan kualitas pengambilan keputusan mahasiswa dalam berinvestasi, sebab kemudahan akses informasi menjadi faktor pendorong utama. Hal ini juga sejalan dengan temuan (Maharani et al., 2025) yang mengungkapkan bahwa platform investasi digital berkontribusi positif terhadap keputusan investasi karena meningkatkan efisiensi dan kepercayaan diri dalam bertransaksi. Melihat dari besarnya nilai *effect size*, hubungan antara perkembangan aplikasi investasi dan keputusan investasi memperoleh nilai f^2 sebesar 0,134 yang tergolong

kecil namun mendekati kategori sedang. Hal tersebut menandakan bahwa variabel ini memiliki kontribusi yang cukup berarti dalam model. Secara keseluruhan, temuan ini mempertegas bahwa perkembangan ekosistem aplikasi investasi digital memiliki peran nyata dalam mendorong generasi Z dan milenial untuk berani mengambil keputusan investasi.

4.5.2 Perkembangan Aplikasi Investasi Berpengaruh Positif terhadap Minat Investasi

Berdasarkan hasil analisis, perkembangan aplikasi investasi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,517, nilai *t-statistics* sebesar 4,884 ($> 1,96$), serta *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima. Nilai koefisien yang relatif besar menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi memiliki pengaruh yang kuat dalam menumbuhkan minat generasi muda untuk terjun ke dunia investasi. Hal ini dapat dipahami karena fitur-fitur dalam aplikasi investasi modern, seperti antarmuka yang ramah pengguna dan informasi pasar secara *real-time*, serta konten edukasi mampu menurunkan hambatan psikologis bagi investor pemula sehingga ketertarikan terhadap investasi semakin meningkat.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Ardani & Sulindawati, 2021) yang menyatakan bahwa perkembangan aplikasi investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, Hal ini dikarenakan generasi milenial dapat mendominasi sebagai investor di pasar modal yang disebabkan adanya

perkembangan teknologi di pasar saham sehingga memudahkan mereka untuk berinvestasi. Selain itu, hasil juga sejalan dengan penelitian (Wulandari et al., 2025) yang membuktikan bahwa kemajuan teknologi menjadi salah satu faktor penentu yang mendorong minat investasi, khususnya dalam konteks digitalisasi layanan keuangan.

4.5.3 *Fear of Missing Out* (FOMO) Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Investasi

Berbeda dengan hipotesis-hipotesis sebelumnya, hasil analisis menunjukkan bahwa *fear of missing out* (FOMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi Z dan milenial. Hal ini dibuktikan dari nilai koefisien jalur yang negatif sebesar -0,133, *t-statistics* 1,265 ($< 1,96$), dan *p-value* 0,208 ($> 0,05$), sehingga H3 ditolak. Penolakan hipotesis ini memberikan gambaran bahwa dalam konteks penelitian ini, dorongan psikologis berupa rasa takut tertinggal belum tentu dapat merealisasikan keputusan investasi yang aktual bagi mereka. Kemungkinan besar, responden ada pada penelitian ini merasakan FOMO yang masih berada pada tahap ketertarikan atau penggalan informasi, bukan pada tahap eksekusi investasi secara langsung.

Temuan ini sejalan dengan temuan pada penelitian (Artini & Darma, 2024) yang menyatakan bahwa FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi bagi investor yang memiliki literasi keuangan yang tinggi, memikirkan risiko, dan pengalaman keuangan yang memadai. Meskipun

demikian, temuan ini berbeda dengan penelitian (Armeyanti et al., 2025) yang menemukan bahwa FOMO berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi, di mana tingkat FOMO yang tinggi mendorong investor mengambil keputusan lebih cepat. Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan melalui beberapa kemungkinan. Pertama, karakteristik generasi Z dan milenial di Yogyakarta yang mungkin lebih kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh tren sesaat juga dapat menjadi faktor penjelas. Mereka mungkin tetap waspada meskipun melihat banyak orang di media sosial membicarakan keuntungan dari suatu instrumen investasi. Kedua, literasi keuangan yang bervariasi di antara responden bisa menjadi faktor penyangga yang melemahkan dampak langsung FOMO terhadap keputusan investasi. Di era digital saat ini berbagai macam informasi dapat diperoleh dengan mudah. Hal ini dapat melemahkan pengaruh psikologi takut tertinggal (FOMO) dalam melakukan keputusan investasi.

4.5.4 *Fear of Missing Out* (FOMO) Berpengaruh Positif terhadap Minat

Investasi

Hasil pengujian pada hipotesis 4 membuktikan bahwa *fear of missing out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi Z dan milenial, dengan koefisien jalur 0,192, *t-statistics* 2,084 ($> 1,96$), dan *p-value* 0,039 ($< 0,05$), sehingga H4 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat FOMO yang dirasakan individu, maka semakin besar pula minatnya untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Meskipun koefisiennya lebih kecil dibandingkan jalur lain, pengaruh yang signifikan ini menunjukkan bahwa rasa khawatir tertinggal dari

peluang investasi orang lain mampu memantik ketertarikan individu untuk mendalami dan mempertimbangkan keterlibatan mereka dalam aktivitas investasi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Saputri et al., 2023) yang menemukan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi karena kecenderungan individu untuk mengikuti tren kelompok mendorong meningkatnya ketertarikan berinvestasi. (Tediarta & Purwaningrum, 2024) juga melaporkan hasil serupa, bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap minat investasi karena keinginan individu melihat peluang investasi yang memberikan keuntungan dalam waktu singkat akibat melihat keberhasilan seseorang dalam berinvestasi. Perbedaan antara hasil H3 dan H4 yang menarik perhatian adalah bahwa FOMO lebih berhasil membentuk minat investasi daripada langsung mendorong keputusan investasi. Hal ini memperkuat pandangan bahwa FOMO berfungsi sebagai pemicu psikologis awal yang menggerakkan individu menuju ketertarikan, sementara keputusan aktual membutuhkan faktor-faktor lain yang lebih rasional.

4.5.5 Minat Investasi Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Investasi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa minat investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,404, nilai *t-statistics* sebesar 4,259 ($> 1,96$), serta *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga H5 diterima.

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat seseorang terhadap investasi, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi.

Temuan ini sejalan dengan logika *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan (Ajzen, 1991), di mana niat atau minat berperilaku merupakan determinan langsung yang paling kuat dalam memprediksi perilaku aktual. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gusti et al., 2025) yang menemukan bahwa minat investasi mendorong individu untuk merealisasikan niat berinvestasi ke dalam tindakan nyata, terutama pada kelompok mahasiswa dan investor pemula. Temuan (Indrawati & Cahyaning, 2024) juga menunjukkan minat investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Minat atau niat merupakan faktor utama yang menjembatani sikap dan perilaku aktual individu. Ketika individu memiliki ketertarikan yang kuat terhadap suatu aktivitas, maka kecenderungan untuk mewujudkan aktivitas tersebut dalam bentuk perilaku nyata juga akan semakin tinggi.

4.5.6 Minat Investasi Memediasi Perkembangan Aplikasi Investasi terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil pengujian *indirect effect*, menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi melalui minat investasi. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,209, nilai *t-statistics* sebesar 3,299 ($> 1,96$), serta

p-value sebesar 0,001 ($< 0,05$), sehingga H6 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi tidak hanya memengaruhi keputusan investasi secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan minat investasi.

Temuan ini mengintegrasikan *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), di mana TAM menjelaskan bagaimana persepsi terhadap teknologi membentuk sikap dan minat untuk menggunakan, sementara TPB menjelaskan bagaimana minat tersebut kemudian diterjemahkan menjadi perilaku aktual. Dalam konteks ini Dalam konteks penelitian ini, perkembangan aplikasi investasi (aspek teknologi) membentuk minat investasi (aspek psikologis), yang pada akhirnya mendorong keputusan investasi (perilaku aktual). Temuan ini juga sejalan dengan kajian literatur (Sari et al., 2025) yang mengindikasikan bahwa perkembangan teknologi finansial berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi Z, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan partisipasi dan keputusan investasi. Implikasi pada penelitian ini adalah dengan berbagai macam fitur informasi yang diberikan oleh perkembangan aplikasi investasi, menyebabkan individu akan mulai tertarik untuk berniat mencoba investasi dan bahkan melakukan tindakan nyata.

4.5.7 Minat Investasi Memediasi *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Keputusan Investasi

Berbeda dengan H6, hasil pengujian menunjukkan bahwa minat investasi tidak mampu memediasi hubungan antara FOMO dan keputusan investasi. Hal ini terlihat dari nilai *t-statistics* sebesar 1,787 ($< 1,96$) serta *p-value* sebesar 0,077 ($> 0,05$), sehingga H7 ditolak. Meskipun pada H4 ditemukan bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, dan pada H5 ditemukan bahwa minat investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, namun pengaruh tidak langsung FOMO melalui minat investasi ternyata tidak signifikan.

Temuan ini berbeda dengan penelitian (Nasrul et al., 2025) yang menemukan bahwa kepuasan investor sebagai variabel mediasi mampu menghubungkan FOMO dengan keputusan investasi saham secara signifikan. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan variabel mediasi yang digunakan, di mana kepuasan investor memiliki karakteristik yang berbeda dari minat investasi. Terdapat beberapa kemungkinan mengapa minat investasi tidak dapat memediasi FOMO terhadap keputusan investasi. Pertama, meskipun FOMO mampu menumbuhkan minat, namun kekuatan pengaruhnya tidak cukup besar untuk kemudian diteruskan menjadi keputusan investasi yang nyata. Hal ini terlihat dari nilai koefisien pengaruh FOMO terhadap minat yang relatif kecil dibandingkan perkembangan aplikasi terhadap minat, sehingga ketika pengaruh kecil ini diteruskan melalui jalur mediasi, hasilnya menjadi tidak signifikan secara statistik. Kedua, minat yang

tumbuh karena FOMO hanya didorong oleh kecemasan sosial yang mungkin mudah surut atau tidak cukup kuat untuk mendorong tindakan nyata, dibandingkan minat yang tumbuh karena faktor rasional seperti kemudahan teknologi. Ketiga, temuan pada H3 yang menunjukkan FOMO tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan investasi juga turut memperkuat logika bahwa jalur FOMO menuju keputusan investasi memang lemah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui minat. Hal ini juga dapat mengindikasikan bahwa FOMO hanya berperan sebagai pemicu ketertarikan awal, namun belum mampu menjadi pendorong utama terciptanya keputusan investasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perkembangan aplikasi investasi dan *fear of missing out* (FOMO) terhadap keputusan investasi dengan minat investasi sebagai variabel *intervening*. Pengujian dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares* dan *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) terhadap 119 responden dari kalangan generasi Z dan milenial yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi investasi. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan aplikasi investasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi Z dan milenial. Kemajuan fitur-fitur pada platform investasi digital, seperti kemudahan antarmuka, akses informasi pasar secara langsung, serta biaya transaksi yang rendah, secara nyata mendorong investor muda untuk lebih berani merealisasikan keputusan investasi mereka.
2. Perkembangan aplikasi investasi juga diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kemajuan teknologi pada platform investasi mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk mulai terlibat dalam aktivitas investasi.
3. *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun

individu dapat merasakan dorongan psikologis untuk tidak melewatkan peluang investasi, keputusan untuk berinvestasi tetap didasarkan pada berbagai pertimbangan rasional, seperti risiko, informasi investasi, serta kondisi keuangan pribadi.

4. *Fear of Missing Out* (FOMO) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi Z dan milenial. Paparan informasi tentang keberhasilan investasi orang lain melalui media sosial dan platform digital mampu memicu rasa ingin tahu serta keinginan individu untuk ikut terlibat dalam aktivitas investasi. Temuan ini memperjelas bahwa pengaruh FOMO lebih efektif dalam membentuk minat dibandingkan langsung menggerakkan keputusan investasi.
5. Minat investasi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat ketertarikan seseorang terhadap aktivitas investasi, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut untuk merealisasikan minat tersebut dalam bentuk keputusan investasi.
6. Keenam, minat investasi terbukti mampu memediasi pengaruh perkembangan aplikasi investasi terhadap keputusan investasi secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi tidak hanya berpengaruh langsung terhadap keputusan investasi, tetapi juga bekerja melalui jalur tidak langsung dengan terlebih dahulu membangun minat investasi yang kemudian mendorong terbentuknya keputusan investasi.

7. Minat investasi tidak mampu memediasi hubungan antara *fear of missing out* (FOMO) dan keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun FOMO dapat meningkatkan ketertarikan individu terhadap investasi, dorongan tersebut tidak cukup kuat untuk memengaruhi pengambilan keputusan investasi secara nyata

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat implikasi sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan beberapa kontribusi terhadap pengembangan kajian teoritis dalam bidang perilaku investasi dan keuangan perilaku. Kontribusi tersebut dapat dijabarkan berdasarkan hipotesis yang terdukung maupun yang tidak terdukung berikut ini

- a. Temuan bahwa H1 (perkembangan aplikasi investasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi) dan H2 (perkembangan aplikasi investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi) memberikan dukungan terkait relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam konteks investasi digital. Kemudahan penggunaan serta manfaat yang dirasakan dari aplikasi investasi terbukti mampu mendorong individu untuk tertarik dan akhirnya mengambil keputusan investasi. Dengan demikian, penelitian ini

menegaskan bahwa faktor teknologi tidak hanya memengaruhi adopsi sistem, tetapi juga berdampak pada perilaku finansial individu

- b. Hasil temuan pada H4 (FOMO berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi) memberikan dukungan terhadap perspektif psikologis dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), khususnya terkait pembentukan niat atau minat sebagai tahap awal sebelum perilaku aktual terjadi. Fenomena FOMO dapat meningkatkan ketertarikan individu terhadap aktivitas investasi karena dorongan emosional untuk tidak tertinggal dari peluang yang dimanfaatkan oleh orang lain.
- c. Temuan pada H5 (minat investasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi) memperkuat argumentasi dalam TPB bahwa niat atau minat merupakan determinan utama terbentuknya perilaku aktual. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan investasi pada generasi muda tidak muncul secara spontan atau tiba-tiba, tetapi didahului oleh proses psikologis berupa ketertarikan, pencarian informasi, serta kesiapan untuk terlibat dalam aktivitas investasi.
- d. Hasil temuan pada H6 (minat investasi mampu memediasi hubungan antara perkembangan aplikasi investasi dan keputusan investasi) memberikan dukungan dan kontribusi terhadap pengembangan model penelitian perilaku investasi dengan variabel intervening. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh teknologi terhadap keputusan investasi tidak selalu terjadi secara langsung, melainkan melalui mekanisme psikologis berupa peningkatan minat investasi.

- e. Penolakan pada H3 (FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi) dan H7 (minat investasi tidak mampu memediasi FOMO terhadap keputusan investasi) menunjukkan bahwa dorongan emosional seperti FOMO tidak selalu mendorong individu untuk langsung mengambil keputusan investasi. Dengan kata lain, generasi Z dan milenial dalam penelitian ini cenderung tetap mempertimbangkan faktor rasional sebelum membuat keputusan investasi. Temuan ini memperkaya literatur dengan menunjukkan bahwa pengaruh faktor psikologis dalam investasi dapat bersifat kontekstual dan tidak selalu konsisten pada setiap kelompok investor

2. Implikasi Praktis

Selain secara teoritis, implikasi praktis juga disusun dengan merujuk pada pola hasil hipotesis yang terdukung dan tidak terdukung sebagai berikut:

- a. Bagi pengelola platform aplikasi investasi, temuan pada H1, H2, dan H6 menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi memiliki pengaruh signifikan secara langsung dan tidak langsung terhadap minat dan keputusan investasi. Oleh karena itu, pengembang aplikasi harus terus meningkatkan kualitas platform dengan menyediakan fitur yang mudah digunakan, informasi pasar yang akurat, serta edukasi investasi yang komprehensif. Dengan begitu, pengguna akan lebih tertarik dan membantu mereka dalam mengambil keputusan investasi.

- b. Bagi investor khususnya generasi Z dan milenial, dengan melihat pola hasil penelitian ini memberikan gambaran bagi investor muda dalam mengenali motivasi di balik keputusan investasi mereka. Individu perlu meningkatkan literasi keuangan dan pemahaman agar minat yang dimiliki dapat berkembang menjadi keputusan investasi yang rasional. Penolakan H3 dan H7 menunjukkan bahwa rasa cemas akan ketinggalan (FOMO) yang sering muncul saat melihat postingan keberhasilan investasi orang lain, belum tentu dapat langsung mendorong keputusan yang tepat dan menguntungkan. Investor muda perlu menyadari bahwa minat yang terpantik oleh FOMO tidak cukup kuat untuk menanggung beban keputusan finansial yang nyata.
- c. Bagi lembaga pendidikan dan akademisi, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya meningkatkan literasi keuangan dan edukasi investasi di kalangan generasi muda. Edukasi yang baik dapat membantu individu memahami peluang dan risiko investasi sehingga keputusan investasi yang diambil tidak hanya didorong oleh tren atau pengaruh sosial, tetapi juga didasarkan pada pertimbangan yang matang

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan-keterbatasan diantaranya:

1. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan metode *purposive sampling*, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi secara luas kepada seluruh populasi generasi Z dan milenial di Indonesia.
2. Model struktural dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan sekitar 40,1% varians keputusan investasi ($R^2 = 0,401$) dan 37,3% varians minat investasi ($R^2 = 0,373$), yang berarti masih terdapat variabel-variabel lain di luar model yang turut berperan dalam menentukan keputusan dan minat investasi.
3. Penelitian ini tidak membedakan jenis instrumen investasi yang digunakan responden. Padahal karakteristik FOMO dan penggunaan aplikasi investasi dapat bervariasi tergantung jenis instrumen, seperti saham, reksa dana, atau aset kripto.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan keterbatasan yang dijelaskan di atas, peneliti memberikan saran yang harapannya dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yakni:

1. Bagi pengembang aplikasi investasi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi investasi memiliki peran penting dalam meningkatkan minat dan keputusan investasi. Oleh karena itu, penyedia

layanan investasi diharapkan dapat terus melakukan inovasi dengan meningkatkan kemudahan penggunaan, keamanan sistem, serta menyediakan fitur edukasi investasi agar dapat menarik lebih banyak pengguna untuk berinvestasi.

2. Bagi calon investor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi. Individu disarankan untuk tidak hanya dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti *fear of missing out* (FOMO), tetapi juga mempertimbangkan aspek rasional seperti pemahaman terhadap risiko, pengetahuan investasi, serta kondisi keuangan pribadi sebelum melakukan investasi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian selanjutnya perlu dilakukan eksplorasi terhadap variabel mediasi atau moderasi alternatif, seperti literasi keuangan, kepercayaan diri berinvestasi, guna lebih memahami mekanisme pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi yang dalam penelitian ini tidak terbukti signifikan. Selain itu, pemilihan teknik pengambilan sampel dan membedakan jenis instrumen yang dibutuhkan responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. M., & Sari, L. P. (2025). *Dampak Influencer, Motivasi, dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal*. 14(2), 305–318.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ardani, A. K., & Sulindawati, N. L. G. E. (2021). Pengaruh Perkembangan Aplikasi Investasi, Risiko Investasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Pasar Modal pada Generasi Milenial dan Generasi Z Provinsi Bali di Era Pandemi. *Jurnal Riset Akuntansi*, 10(1), 19–26.
- Armeyanti, Z., Umyana, A., & Karpriana, A. (2025). *Pengaruh FoMO dan Social Media Influencer terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Moderasi*. 9(2), 3256–3280.
- Artini, N. M. S., & Darma, G. S. (2024). *Determinants of Crypto Investment Decisions : Rational Behavior or Irrational Behavior ?* 4(10), 8523–8539.
- Atmaya Fitra Alfathya, Sumiati, & Nur Khusniyah Indrawati. (2025). Understanding the Drivers of Investment Intention: A Systematic Literature Review. *Asian Journal of Management Analytics*, 4(3), 1151–1170. <https://doi.org/10.55927/ajma.v4i3.14968>
- Candra, R., & Aisah, A. (2024). *Fear of Missing Out (FOMO) & Investment Decision : A Systematic Literature Review* (Issue Gcbme 2023). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3>
- Cindiyasari, S. A., & Jannah, A. M. (2025). *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO), Kemajuan Teknologi, Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal bagi Generasi Z*. 8(1), 112–118.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Damanik, P. F., & Silitonga, D. P. (2025). *Contributions / Roles of Millennial and Gen Z in Utilising Digital Technology*. 11(1), 24–37.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Febriana, A. N., Affriliani, H. E., Deviyanti, W. D., Putri, B. A. K., Pramita, A. W., & Nurrahman, A. (2024). *Pengaruh FOMO, Risk Tolerance Return, Role of Content Creator terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency*

Mahasiswa. 32(3), 167–186.

Firdaus, R., Serliana, & Djuanda, G. (2024). *Risiko Investasi pada Tiga Jenis Investasi yang Populer di Indonesia*.

Gusti, A., Wardhani, K., & Meiriyanti, R. (2025). *Minat Investasi Sebagai Pemediasi dalam Pengetahuan Investasi dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Semarang*. 5, 315–327.
<https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i3.1338>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling*. 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

Inanda, F., Luth, P., & Maryam, E. W. (2024). *Fear of Missing Out (FOMO), Loneliness, and Social Media Addiction in Early Adults*. 8(2), 134–149.
<https://doi.org/10.26623/philanthropy.v8i2.9208>

Indrawati, W., & Cahyaning, S. R. (2024). Pengaruh Kemajuan Teknologi, Minat Investasi, Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Mataram). *Ganec Swara*, 18(2), 798.
<https://doi.org/10.35327/gara.v18i2.861>

Khasanah, A. N., Aziza, Saputra, R., Santoso, A. P., Anggraini, A. D., & Sari, S. A. P. (2025). *Peran Digitalisasi dalam Transaksi Platform Investasi pada Pasar Modal Syariah*. 2, 124–135.

Kurniawati, A., Dara Tista, J., Setiawan Sapitra, A., Zeda, F., & Muhammadiyah Bengkulu, U. (2024). *Literature Review : Pengaruh Pengetahuan Dasar Investasi dan Peran Tata Kelola Perusahaan terhadap Kinerja Pasar Modal* (Vol. 2, Issue 2).

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>

Maharani, M., Takidah, E., & Fauzi, A. (2025). *Pengaruh Financial Literacy, Penggunaan Investment Platform, dan Herding Behaviour Terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Z di Jabodetabek*. 5(4).
<https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i2.1152>

Manchanda, M., & Bajaj, H. (2025). Fear of Missing Out: A Catalyst for Investment Choices. *South India Journal of Social Sciences*, 23(3), 15–18.
<https://doi.org/10.62656/sijss.v23i3.1928>

Nadila, D., Silfia, Hidayaty, D., & Mulyadi, D. (2023). *Pemahaman Investasi*,

- Motivasi Investasi dan Minat Investasi di Pasar Modal. 1*(2), 104–109.
<https://doi.org/10.65096/pmb.v1i2.36>
- Nas, A. B. I., Iksanudin, U., & Poetri, I. P. (2025). *Analysis of the Impact of Financial Literacy on Millennial Investment Behavior in the Digital Era. 4*(2). <https://doi.org/10.51903/bst98056>
- Nasrul, D., Studi, P., Manajemen, M., & Riau, U. (2025). *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Behavior dan Peran Influencer terhadap Kepuasan Investor dan Keputusan Investasi Saham pada Rashid Hussein Bank (RHB) Sekuritas di Pekanbaru. 8*, 555–568.
- Nasution, Y. N. (2025). *The Role of Financial Technology in Enhancing Investment Decisions and Risk Management for SMEs 3927. 13*(5), 3927–3934. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i5.3574>
- Novendra, I., & Sarajar, D. K. (2025). *Hubungan antara Fear of Missing Out (FOMO) dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z. 5*(2), 800–806. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i2.6110>
- Pambudi, I. A. S., Roswinanto, W., & Meiria, C. H. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Minat untuk Terus Menggunakan Aplikasi Investasi di Indonesia. *Journal of Management and Business Review, 20*(3), 482–501.
<https://doi.org/10.34149/jmbr.v20i3.577>
- Paramita, A. W., Hudzafidah, K., & Wilamsari, F. (2025). *Pengaruh FOMO , Aspek Fundamental , dan Aspek Teknikal Pada Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Z. 7*(3). <https://doi.org/10.32877/ef.v7i3.3099>
- Rudiharta, G., Giri, P., Nyoman Artika, I., Maisusanto, E., Made, N., Rahayu, A., & Desmayani, M. R. (2025). Perilaku Investor Ritel dalam Pengambilan Keputusan Investasi di Indonesia: Kajian Literatur Terstruktur (SLR). *Jurnal Inovasi Global, 3*(6). <https://doi.org/10.58344/jig.v3i6.354>
- Saputri, N. D. M., Raneo, A. P., & Muthia, F. (2023). *The FoMO Phenomenon : Impact on Investment Intentions in Millennial Generation with Financial Literacy as Moderation. 7*, 2590–2597.
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1619>
- Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2025). Systematic Literature Review: Pengaruh Financial Technology terhadap Minat investasi pada Generasi Z Tahun 2024. *Jurnal Bisnis Mahasiswa, 5*(1), 109–119.
<https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.306>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*.
- Sjahrudin, H., Nugroho, A. P., Litamahuputty, J. V., & Agustina, W. (2023). Theory of Planed Behavior terhadap Niat Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Moderasi. *Bussiness Law Binus, 7*(2), 33–48.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Tedianta, S., & Purwaningrum, E. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Minat Investasi Cryptocurrency bagi Gen Z di Jakarta Selatan*. 3.
- Utami, N., & Sitanggang, M. L. (2023). *Peran Literasi Keuangan dan Perkembangan Teknologi Finansial terhadap Minat Berinvestasi pada Masa Pandemi Covid19*. 1(1), 12–21.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wild, S., & Kunina, O. (2025). Development of students ' subject interest at university : analysis of students ' predictors and lecturers ' attitudes towards the characteristics of a successful university. *European Journal of Psychology of Education*, 40(1), 1–28. <https://doi.org/10.1007/s10212-024-00913-7>
- Wulandari, A., Arifah, A. D., Aliani, F., Pahlevi, D. R., & Prakoso, S. T. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal: Berdasarkan Literatur Review. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 939–946. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol4.2025.421>
- Xhavaira, G. I., & Oktaryani, G. . S. (2025). *Analisis Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku dan Norma Subjektif terhadap Niat Berinvestasi di Pasar Modal*. 14(11), 883–898. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2025.v14.i11.p04>

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden Penelitian

Di Tempat

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dengan hormat,

Perkenalkan, saya Bayu Adi Pratama Putra Wardana (22312207) mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Perkembangan Aplikasi Investasi dan FOMO terhadap Keputusan Investasi dengan Minat Investasi sebagai Variabel Intervening”** yang ditujukan kepada responden Generasi Z dan Generasi Milenial di Yogyakarta.

Sehubungan dengan itu, kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data dan gambaran empiris yang akurat terkait perilaku dan keputusan investasi responden. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademik serta analisis penelitian. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Adapun kriteria yang diperlukan sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Termasuk generasi Z dan Milenial
2. Berdomisili di Yogyakarta
3. Pernah mengetahui atau memiliki ketertarikan terhadap aplikasi investasi digital

Atas perhatian dan ketersediaan saudara untuk menjawab secara jujur atas pernyataan yang tertera, saya ucapkan terima kasih. Demikian yang dapat saya sampaikan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

(Bayu Adi Pratama Putra Wardana)

PERTANYAAN KUESIONER

Identitas Responden :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Tahun Kelahiran :
4. Domisili :
5. Status Pekerjaan Saat Ini :
6. Jenis Aplikasi yang Pernah Digunakan :
 - Stockbit
 - Ajaib
 - Bibit
 - Indodax
 - Lainnya

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bacalah dengan seksama pertanyaan yang tertera dan jawablah sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan Poin 1-5

Skor 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2: Tidak Setuju (TS)

Skor 3: Kurang Setuju (KS)

Skor 4: Setuju (S)

Skor 5: Sangat Setuju (SS)

PERKEMBANGAN APLIKASI INVESTASI (X1)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Aplikasi investasi memungkinkan saya berinvestasi kapan saja dan dimana saja					
2.	Fitur notifikasi di aplikasi membantu saya mendapatkan update pasar dengan cepat					
3.	Aplikasi menyediakan berbagai pilihan instrumen investasi (saham, reksa dana, obligasi, dll)					
4.	Proses transaksi jual beli di aplikasi investasi sangat mudah dan cepat					

5.	Aplikasi menyediakan materi edukasi tentang investasi yang mudah dipahami					
----	---	--	--	--	--	--

FEAR OF MISSING OUT (X2)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya merasa khawatir karena menyesal jika tidak ikut berinvestasi pada instrumen yang sedang populer					
2.	Saya sering merasa terpengaruh oleh informasi investasi yang sedang viral di media sosial					
3.	Postingan keberhasilan orang lain di media sosial dalam berinvestasi menyebabkan saya ingin segera berinvestasi					
4.	Saya merasa perlu segera bertindak saat melihat banyak orang membeli instrumen tertentu					

5.	Saya sering merasa harus segera berinvestasi agar tidak kehilangan momentum pasar					
----	---	--	--	--	--	--

KEPUTUSAN INVESTASI (Y)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya memilih instrumen investasi berdasarkan analisis yang matang					
2.	Saya memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan saya					
3.	Saya memiliki strategi yang jelas dalam menentukan kapan harus masuk atau keluar dari investasi					
4.	Saya mempertimbangkan profil risiko saya sebelum memilih instrumen investasi					
5.	Saya tidak mudah terpengaruh emosi dalam mengevaluasi keputusan investasi saya					

MINAT INVESTASI (Z)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya tertarik untuk mempelajari lebih dalam tentang investasi					
2.	Saya aktif dalam mencari informasi tentang berbagai jenis instrumen investasi					
3.	Saya percaya investasi adalah cara yang baik untuk mengembangkan kekayaan saya					
4.	Saya memiliki komitmen untuk berinvestasi secara rutin					
5.	Saya bersedia meluangkan waktu untuk mempelajari strategi investasi					

Lampiran 2: Tabulasi Data Kuesioner

1. Perkembangan Aplikasi Investasi

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	Rata-Rata
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	Rata-Rata
5	5	5	5	4	24	4,8
5	2	5	4	3	19	3,8
5	5	3	4	2	19	3,8
5	5	5	5	5	25	5
4	5	3	4	3	19	3,8
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	5	3	5	4	22	4,4
5	5	4	5	5	24	4,8
5	2	4	5	3	19	3,8
3	4	2	5	4	18	3,6
5	4	5	4	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	5	4	22	4,4
4	5	4	4	4	21	4,2
4	4	5	5	5	23	4,6
4	5	4	5	4	22	4,4
5	4	4	4	5	22	4,4
5	4	4	5	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	5	5	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
4	5	5	4	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	5	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
3	3	3	3	3	15	3
5	5	4	4	5	23	4,6
4	5	4	4	4	21	4,2
4	5	4	4	4	21	4,2
5	4	4	4	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
4	4	5	5	5	23	4,6
5	5	4	4	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	Rata-Rata
5	4	4	5	5	23	4,6
5	5	4	4	4	22	4,4
4	4	4	5	4	21	4,2
4	5	5	4	4	22	4,4
4	4	4	4	5	21	4,2
4	4	4	5	5	22	4,4
5	4	4	4	4	21	4,2
5	5	5	5	5	25	5
4	4	5	5	4	22	4,4
4	5	4	5	5	23	4,6
4	4	5	5	5	23	4,6
4	4	5	5	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
5	5	4	4	4	22	4,4
5	4	5	4	5	23	4,6
4	4	4	5	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	4	4	21	4,2
3	3	3	3	3	15	3
5	5	5	4	4	23	4,6
5	5	4	4	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	5	4	22	4,4
4	4	4	5	4	21	4,2
4	5	4	4	4	21	4,2
5	4	5	5	5	24	4,8
5	4	5	4	4	22	4,4
4	5	5	4	4	22	4,4
5	4	4	5	4	22	4,4
4	5	5	4	4	22	4,4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	4	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
4	5	5	4	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
4	4	5	4	4	21	4,2
4	5	5	4	5	23	4,6
4	5	5	5	4	23	4,6

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	Rata-Rata
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	4	5	22	4,4
4	5	4	4	5	22	4,4
4	5	4	5	4	22	4,4
4	5	5	4	4	22	4,4
5	5	4	4	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
4	4	5	5	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
4	5	5	4	4	22	4,4
4	5	5	4	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	3	5	4	4	21	4,2
5	4	5	4	4	22	4,4
4	4	3	4	3	18	3,6
5	2	4	4	5	20	4
3	3	3	3	3	15	3
4	5	4	5	2	20	4
4	5	5	4	4	22	4,4
5	4	5	5	3	22	4,4
5	5	5	5	5	25	5
5	2	5	4	4	20	4
5	5	5	5	4	24	4,8
5	5	3	5	5	23	4,6
5	4	4	4	5	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
5	4	4	4	5	22	4,4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4

2. *Fear of Missing Out (FOMO)*

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-Rata
4	5	5	4	4	22	4,4

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-Rata
3	1	5	4	4	17	3,4
5	5	5	5	5	25	5
2	3	4	2	4	15	3
2	2	2	2	2	10	2
2	2	2	2	2	10	2
5	5	3	2	1	16	3,2
2	4	3	2	3	14	2,8
2	2	1	2	3	10	2
4	3	5	5	5	22	4,4
5	4	3	5	4	21	4,2
3	4	4	4	4	19	3,8
3	4	4	4	4	19	3,8
3	3	3	3	3	15	3
5	4	5	4	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
5	4	2	3	3	17	3,4
1	1	2	3	2	9	1,8
5	4	5	4	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
3	4	3	3	3	16	3,2
3	3	3	3	3	15	3
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
3	4	4	4	4	19	3,8
3	4	4	4	4	19	3,8
4	5	5	4	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
3	3	3	3	3	15	3
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
3	4	4	4	4	19	3,8
4	4	4	4	4	20	4
3	3	3	3	3	15	3
3	3	3	3	3	15	3
4	4	4	4	4	20	4
4	4	5	4	5	22	4,4
3	3	4	4	4	18	3,6

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-Rata
3	4	4	4	4	19	3,8
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	5	21	4,2
3	3	3	3	3	15	3
4	4	4	4	4	20	4
4	4	3	4	3	18	3,6
4	4	3	4	4	19	3,8
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	5	4	22	4,4
3	3	4	4	4	18	3,6
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	5	5	4	4	22	4,4
4	4	5	4	5	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
3	3	3	3	3	15	3
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
4	3	3	4	4	18	3,6
2	4	4	4	4	18	3,6
4	4	4	4	5	21	4,2
3	4	3	4	4	18	3,6
3	3	3	3	3	15	3
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	5	21	4,2
4	3	3	4	3	17	3,4
3	4	4	4	4	19	3,8
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	4	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
3	3	3	3	3	15	3
3	3	3	3	3	15	3
3	3	3	3	3	15	3
4	4	4	4	4	20	4
4	4	3	3	3	17	3,4
3	3	3	3	3	15	3

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata-Rata
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	3	3	3	3	16	3,2
4	4	4	4	4	20	4
3	3	3	3	3	15	3
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
3	3	4	4	4	18	3,6
4	4	4	4	4	20	4
4	3	4	4	4	19	3,8
4	4	4	4	4	20	4
2	2	2	2	2	10	2
3	3	3	4	4	17	3,4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	3	3	3	17	3,4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
3	3	3	3	3	15	3
4	5	5	5	4	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
5	3	3	4	5	20	4
3	3	3	3	3	15	3
4	5	5	5	5	24	4,8
4	4	4	4	4	20	4
3	3	3	2	3	14	2,8
4	4	4	4	4	20	4
3	3	5	3	5	19	3,8
3	3	4	3	4	17	3,4
4	4	4	3	2	17	3,4
3	4	4	4	4	19	3,8
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	5	4	4	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4

3. Minat Investasi

Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Total	Rata-Rata
5	5	5	5	5	25	5
5	4	4	5	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
4	3	4	4	4	19	3,8
4	4	4	4	4	20	4
5	3	5	5	5	23	4,6
4	5	4	4	4	21	4,2
4	3	2	3	4	16	3,2
5	5	5	5	5	25	5
5	3	1	4	2	15	3
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	5	4	3	5	21	4,2
5	4	5	3	3	20	4
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
5	5	2	5	5	22	4,4
5	4	5	4	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	4	5	4	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	5	21	4,2
5	5	4	5	4	23	4,6
5	5	4	4	4	22	4,4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	4	5	5	4	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
5	5	4	4	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
4	4	5	5	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4

Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Total	Rata-Rata
3	3	3	3	3	15	3
5	4	4	5	4	22	4,4
4	4	5	5	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
5	4	4	4	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	5	4	21	4,2
4	5	5	5	5	24	4,8
4	4	4	4	4	20	4
4	5	5	5	4	23	4,6
4	5	4	4	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	5	4	21	4,2
4	5	4	4	5	22	4,4
5	4	4	5	4	22	4,4
5	4	4	5	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
4	5	5	5	4	23	4,6
4	5	5	4	5	23	4,6
5	4	4	4	5	22	4,4
4	4	4	5	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	4	24	4,8
5	4	5	4	4	22	4,4
4	5	4	5	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
4	5	4	4	5	22	4,4
3	3	3	3	3	15	3
5	4	5	4	5	23	4,6
4	5	4	5	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
4	5	5	5	5	24	4,8
4	5	5	4	5	23	4,6
5	4	4	4	5	22	4,4
5	5	4	4	4	22	4,4
5	4	5	4	5	23	4,6
4	5	5	4	4	22	4,4
4	4	4	5	5	22	4,4
4	5	4	4	5	22	4,4

Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Total	Rata-Rata
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	5	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
4	5	5	4	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
5	4	5	4	4	22	4,4
4	5	4	4	5	22	4,4
4	4	5	4	5	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
5	4	5	5	4	23	4,6
5	5	4	5	4	23	4,6
5	4	5	4	5	23	4,6
4	5	5	4	4	22	4,4
4	5	5	4	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
5	4	4	5	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
5	4	5	5	5	24	4,8
5	4	4	5	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
5	4	4	5	5	23	4,6
5	5	4	5	4	23	4,6
5	5	3	5	5	23	4,6
3	3	3	3	3	15	3
4	5	4	4	5	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
5	4	5	5	5	24	4,8
4	3	3	3	4	17	3,4
4	4	5	5	5	23	4,6
5	5	4	5	5	24	4,8
5	4	4	5	5	23	4,6
5	5	4	5	5	24	4,8
4	4	5	4	5	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
5	5	4	4	3	21	4,2

Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Total	Rata-Rata
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5

4. Keputusan Investasi

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total	Rata-Rata
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
5	5	4	5	5	24	4,8
2	2	3	3	1	11	2,2
3	4	3	5	2	17	3,4
4	5	3	4	5	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	4	4	21	4,2
3	4	3	4	5	19	3,8
2	4	2	2	1	11	2,2
4	4	4	4	5	21	4,2
4	5	5	5	4	23	4,6
5	5	5	4	5	24	4,8
5	4	5	4	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	4	4	5	5	23	4,6
4	5	4	4	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
5	4	4	4	4	21	4,2
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	4	4	4	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total	Rata-Rata
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	5	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
3	3	3	3	3	15	3
4	4	4	5	5	22	4,4
5	4	4	4	4	21	4,2
5	5	5	5	5	25	5
5	4	4	4	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
5	5	4	4	4	22	4,4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	5	4	4	4	22	4,4
5	5	5	5	5	25	5
5	4	4	4	4	21	4,2
4	5	5	4	4	22	4,4
5	4	4	4	5	22	4,4
4	5	4	4	5	22	4,4
5	5	4	5	4	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
5	4	5	4	4	22	4,4
5	5	4	4	5	23	4,6
5	4	5	5	5	24	4,8
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	20	4
5	4	5	5	4	23	4,6
4	5	4	5	5	23	4,6
4	4	5	5	5	23	4,6
5	5	5	5	5	25	5
5	5	4	4	4	22	4,4
3	3	3	3	3	15	3
5	4	4	4	5	22	4,4
2	4	4	5	4	19	3,8
4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	4	4	21	4,2
4	5	4	5	5	23	4,6
4	5	4	4	4	21	4,2

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total	Rata-Rata
5	5	5	4	4	23	4,6
4	4	5	4	5	22	4,4
4	4	5	4	5	22	4,4
4	5	4	5	4	22	4,4
4	4	5	5	4	22	4,4
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
4	5	4	4	5	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
5	5	4	4	4	22	4,4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	5	5	4	22	4,4
4	5	4	4	5	22	4,4
4	5	4	5	4	22	4,4
4	4	4	4	4	20	4
5	4	4	5	4	22	4,4
4	5	4	4	5	22	4,4
4	5	4	5	4	22	4,4
5	5	5	4	4	23	4,6
4	4	5	5	5	23	4,6
4	4	4	4	4	20	4
4	4	5	4	4	21	4,2
4	4	4	4	4	20	4
5	4	5	5	4	23	4,6
5	4	4	4	3	20	4
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
5	3	5	5	2	20	4
5	5	5	4	4	23	4,6
5	5	5	3	4	22	4,4
4	5	4	4	4	21	4,2
3	3	3	3	3	15	3
5	5	3	3	4	20	4
5	5	4	4	4	22	4,4
5	5	5	5	4	24	4,8
5	4	4	4	4	21	4,2
4	4	3	3	2	16	3,2
4	4	5	5	4	22	4,4

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total	Rata-Rata
5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	5	25	5
3	3	4	3	2	15	3
4	4	4	4	4	20	4
5	5	4	4	2	20	4
5	5	5	5	5	25	5
4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	5	25	5

Lampiran 3: Uji Validitas Konvergen

	FOMO	KEPUTUSAN INVESTASI	MINAT INVESTASI	PERKEMBANGAN_APLIKASI I...
X1.1				0.716
X1.3				0.746
X1.4				0.711
X1.5				0.739
X2.1	0.787			
X2.2	0.823			
X2.3	0.889			
X2.4	0.877			
X2.5	0.851			
Y.1		0.774		
Y.2		0.737		
Y.3		0.841		
Y.4		0.826		
Y.5		0.785		
Z.2			0.758	
Z.3			0.750	
Z.4			0.770	
Z.5			0.792	

Lampiran 4: Uji Reliabilitas dan AVE

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (A...
FOMO	0.901	0.928	0.926	0.716
KEPUTUSAN INVESTASI	0.854	0.869	0.895	0.630
MINAT INVESTASI	0.768	0.769	0.851	0.589
PERKEMBANGAN_APLIKASI I...	0.705	0.706	0.819	0.530

Lampiran 5: Uji HTMT

	Heterotrait-monotrait ratio (...)
KEPUTUSAN INVESTASI <-> FOMO	0.186
MINAT INVESTASI <-> FOMO	0.434
MINAT INVESTASI <-> KEPUTUSAN INVESTASI	0.671
PERKEMBANGAN_APLIKASI INVESTASI <-> FOMO	0.424
PERKEMBANGAN_APLIKASI INVESTASI <-> KEPUTUSAN INVESTASI	0.681
PERKEMBANGAN_APLIKASI INVESTASI <-> MINAT INVESTASI	0.790

Lampiran 6: Uji Multikolinearitas

	VIF
FOMO -> KEPUTUSAN INVESTASI	1.197
FOMO -> MINAT INVESTASI	1.138
MINAT INVESTASI -> KEPUTUSAN INVESTASI	1.595
PERKEMBANGAN_APLIKASI INVESTASI -> KEPUTUSAN INVESTASI	1.564
PERKEMBANGAN_APLIKASI INVESTASI -> MINAT INVESTASI	1.138

Lampiran 7: Uji Hipotesis

	<i>Original Sample</i>	<i>T-statistics</i>	<i>P-values</i>
PERKEMBANGAN APLIKASI INVESTASI -> KEPUTUSAN INVESTASI	0,354	4,406	0,000
PERKEMBANGAN APLIKASI INVESTASI -> MINAT INVESTASI	0,517	4,884	0,000
FOMO -> KEPUTUSAN INVESTASI	-0,133	1,265	0,208
FOMO -> MINAT INVESTASI	0,192	2,084	0,039
MINAT INVESTASI -> KEPUTUSAN INVESTASI	0,404	4,259	0,000

PERKEMBANGAN APLIKASI INVESTASI -> MINAT INVESTASI -> KEPUTUSAN INVESTASI	0,209	3,299	0,001
FOMO -> MINAT INVESTASI -> KEPUTUSAN INVESTASI	0,078	1,787	0,077

Lampiran 8: Uji *R-square*

	R-square	R-square adjusted
KEPUTUSAN INVESTASI	0.401	0.385
MINAT INVESTASI	0.373	0.362

Lampiran 9: Uji *Effect Size*

	FOMO]	KEPUTUSAN INVESTASI	MINAT INVESTASI
FOMO]		0.025	0.052
KEPUTUSAN INVESTASI			
MINAT INVESTASI		0.171	
PERKEMBANGAN APLIKASI IN...		0.134	0.374