

Fear of Missing Out (FOMO) in Crypto Investment Decision-Making: An Analysis of Gender Moderation Among Generation Z

Fear of Missing Out (FOMO) dalam Pengambilan Keputusan Investasi Kripto : Analisis Moderasi Gender pada Generasi Z

Rifdah Dwi Syafrina¹, Laila Listiana Ulya²

^{1,2}Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia
Email: ¹syafrinarifda@students.unnes.ac.id, ²lailalistianaulya@mail.unnes.ac.id

Artikel Info

Riwayat Artikel:

Penyerahan 29/12/2025
Revisi 17/02/2026
Diterima 03/04/2026

Keywords:

cryptocurrency, FOMO, gender, generation Z, investment decision making

ABSTRACT

The increase in Generation Z participation in crypto investment in Indonesia has occurred amid high market volatility and the rise of investment trends on social media. These conditions have given rise to psychological pressures, one of which is Fear of Missing Out (FOMO). This study aims to analyze the influence of Fear of Missing Out (FOMO) on cryptocurrency investment decision-making and to examine the role of gender as a moderating variable. A quantitative approach was used with purposive sampling techniques, involving 176 Generation Z respondents who had been actively investing in cryptocurrency for at least three months. The research instruments consisted of the Cryptocurrency Fear of Missing Out (CFOMO) and Investment Decision Making (IDM) scales. Data analysis was performed using Moderated Regression Analysis (MRA). The results of the analysis showed that FOMO had a significant effect on investment decision making ($p = 0.049$). Gender does not directly affect investment decision making ($p = 0.549$), but it significantly moderates the relationship between FOMO and investment decision making ($p = 0.001$). The effect of FOMO was found to be stronger in men than in women. These findings confirm that gender differences affect individuals' sensitivity to psychological and social pressures in the context of cryptocurrency investment.

ABSTRAK

Peningkatan partisipasi Generasi Z dalam investasi kripto di Indonesia terjadi di tengah volatilitas pasar yang tinggi serta maraknya tren investasi di media sosial. Kondisi tersebut memunculkan tekanan psikologis, salah satunya yaitu *Fear of Missing Out* (FOMO). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap pengambilan keputusan investasi kripto serta menguji peran gender sebagai variabel moderator. Pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 176 responden Generasi Z yang aktif berinvestasi kripto minimal tiga bulan. Instrumen penelitian terdiri atas skala *Cryptocurrency Fear of Missing Out* (CFOMO) dan *Investment Decision Making* (IDM). Analisis data dilakukan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil analisis menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi ($p = 0.049$). Gender tidak berpengaruh langsung terhadap pengambilan keputusan investasi ($p = 0.549$), namun memoderasi hubungan FOMO dan pengambilan keputusan investasi secara signifikan ($p = 0.001$). Efek FOMO ditemukan lebih kuat pada laki-laki dibandingkan perempuan. Temuan ini menegaskan bahwa perbedaan gender memengaruhi sensitivitas individu terhadap tekanan psikologis dan sosial dalam konteks investasi kripto.

Kata Kunci :

FOMO, gender, generasi Z, kripto, pengambilan keputusan investasi,

Copyright (c) 2026 Rifdah Dwi Syafrina & Laila Listiana Ulya

Korespondensi:

Laila Listiana Ulya

Universitas Negeri Semarang
Email: lailalistianaulya@mail.unnes.ac.id



LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mendorong transformasi besar pada dunia investasi kripto di kalangan masyarakat Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Kripto merupakan aset digital berbentuk koin yang beroperasi menggunakan teknologi *blockchain* dan biasa dipakai sebagai alat transaksi maupun instrumen investasi (Bouri et al., 2018). Indonesia menempati peringkat ke-7 dunia dalam Indeks Adopsi Kripto Global 2023 (Kovalchuk et al., 2024). Legalitas penggunaan kripto juga telah diatur melalui peraturan Bappebti No.5/2019 yang direvisi menjadi No.9/2019, sehingga menandai pengakuan resmi pemerintah Indonesia terhadap aset kripto sebagai komoditas digital yang diperdagangkan secara legal (Bappebti, 2020; Nitha & Westra, 2020).

Seiring dengan regulasi tersebut, jumlah investor kripto di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Data Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) menunjukkan bahwa jumlah investor aset kripto pada tahun 2023 mencapai 12,4 juta orang, angka tersebut melampaui jumlah investor di pasar saham yaitu berada pada 8,1 juta (Tauda et al., 2023). Di tengah pertumbuhannya yang pesat, mata uang kripto dikenal sebagai instrumen investasi dengan volatilitas harga yang tinggi sehingga memiliki tingkat risiko yang lebih besar dibandingkan dengan instrumen lain, seperti saham dan reksadana (Akadur & Senkardes, 2021). Volatilitas harga dan risiko yang tinggi tidak menurunkan minat mereka terhadap investasi kripto karena memiliki karakteristik yang *high risk-high return*, hal tersebut dapat mendorong perubahan perilaku investor generasi muda ke arah pengambilan keputusan yang cepat dan spekulatif (Huda & Hambali, 2020).

Pengambilan keputusan investasi didefinisikan sebagai proses pemilihan alternatif terbaik dari berbagai pilihan investasi yang tersedia, proses tersebut melalui 3 tahapan yaitu penentuan tujuan, pencarian informasi dan evaluasi opsi investasi (Fitria et al., 2019; Wang & Li, 2022). Secara konseptual proses pengambilan keputusan investasi melibatkan empat aspek utama antara lain yaitu kesadaran investasi (*investment awareness*), pengetahuan investasi (*investment knowledge*), harapan imbal hasil (*expected return*), dan persepsi risiko (*risk perception*) (Kiruba DR et al., 2023). Tujuan utama dari pengambilan keputusan investasi yaitu untuk memperoleh keuntungan di masa depan dari aset yang sudah diinvestasikan (Novianggie & Asandimitra, 2019). Dalam praktiknya, investor dapat bertindak rasional dengan mempertimbangkan informasi dan logika keuangan, namun tidak jarang pula ada yang mengambil keputusan secara irasional akibat pengaruh intuisi, emosi, maupun pengalaman subjektif (Budi Suryawan, 2023; Yuniningsih, 2020).

Fenomena ini sejalan dengan teori *behavioral finance* yang menekankan bahwa pengambilan keputusan investasi turut dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti *Fear of Missing Out* (FOMO), kepercayaan diri berlebihan (*overconfidence*), persepsi risiko, serta berbagai bias kognitif

lainnya (Wendy, 2021). *Behavioral finance* merupakan cabang ilmu ekonomi yang menjelaskan bagaimana faktor psikologis membentuk perilaku investor di pasar keuangan, serta berperan sebagai pengetahuan untuk membantu individu menghindari kesalahan dalam pengelolaan keuangan (Megasari & Nur, 2022; Sabila & Pertiwi, 2021).

Namun realita di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan praktik. Sebagian besar Generasi Z di Indonesia terlibat dalam investasi kripto bukan berdasarkan perencanaan finansial yang matang, melainkan terdorong oleh tren yang berkembang di media sosial tanpa disertai dengan pemahaman yang memadai mengenai risiko investasi (Danurwenda & Suhartini, 2024). Kemudahan akses terhadap platform investasi daring turut memperkuat perilaku tersebut, karena banyak di antara mereka yang berinvestasi tanpa memahami mekanisme kripto secara menyeluruh dan lebih berorientasi pada keuntungan besar dalam waktu singkat (Budi Suryawan, 2023).

Kondisi tersebut diperparah oleh tingkat literasi keuangan yang masih relatif rendah pada kelompok usia muda. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan masyarakat Indonesia (SNLIK) 2022 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68% dengan Generasi Z (usia 15 - 24 tahun) menunjukkan tingkat literasi yang lebih rendah dibandingkan kelompok usia lainnya (Cahyo Prakoso & Zamzamy, 2024). Rendahnya pemahaman ini berdampak pada kualitas pengambilan keputusan investasi yang menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang paling rentan terhadap pengaruh *fear of missing out* (FOMO) akibat penggunaan media sosial secara intensif dan kecenderungan mengikuti tren (Angelique, 2024).

Kerentanan tersebut semakin tinggi ketika investor muda dihadapkan pada tekanan emosional dan pengaruh sosial dari *influencer* serta arus konten investasi di media sosial (Corbet et al., 2019). Tekanan sosial ini diperkuat oleh efek jaringan (*network effect*), di mana intensitas tren investasi yang berulang di media sosial semakin mendorong partisipasi investor lain terhadap aset kripto (Norisnita & Indriati, 2022). Fenomena tersebut berkaitan erat dengan *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kondisi psikologis berupa kecemasan ketika individu merasa tertinggal dari peluang atau tren tertentu terutama yang diperkuat oleh lingkungan digital dan media sosial (Ayuningtyas & Wiyono, 2020).

Dalam konteks investasi kripto, FOMO terbagi menjadi dua aspek utama yaitu *personal FOMO* yang muncul dari dorongan individu untuk meraih keuntungan, dan *social FOMO* yang dipicu oleh tekanan sosial untuk tetap terhubung dengan komunitas atau lingkungan sosial digital (Kiruba DR et al., 2023). Kedua aspek ini meningkatkan kecenderungan pengambilan keputusan impulsif, terutama di kalangan Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan platform investasi kripto. Paparan intensif terhadap media sosial memperkuat kecenderungan FOMO karena individu kerap membandingkan dirinya dengan pengalaman orang lain yang ditampilkan di media sosial (Putri et al.,

dalam Salinding & Soetjiningsih, 2022). Dinamika hubungan sosial dan norma budaya juga mempengaruhi perilaku FOMO, di mana individu terdorong menyesuaikan diri dengan tren yang berkembang di lingkungan digital (Astuti & Kusumati, 2021). Secara teoretis Przybylski et al (2013) mendefinisikan FOMO sebagai perasaan tidak nyaman yang timbul akibat keyakinan bahwa individu lain sedang atau akan memperoleh pengalaman yang lebih bernilai dibandingkan dirinya, perasaan tersebut berakar pada kebutuhan psikologis dasar yang tidak terpenuhi, meliputi kebutuhan akan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan sosial (*relatedness*). Ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, individu menjadi lebih rentan terhadap kecemasan sosial dan terdorong untuk terus memantau aktivitas serta pencapaian orang lain di lingkungan digital.

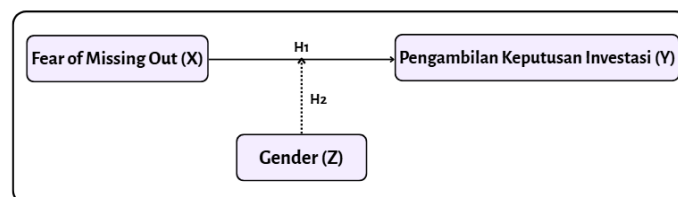
FOMO menjadi semakin relevan pada Generasi Z, kelompok yang lahir antara tahun 1995 hingga awal 2010 dan tumbuh dalam lingkungan digital sehingga sering disebut sebagai *i-generation* (generasi internet) (Kupperschmidt dalam Khrihananto & Adriansyah, 2021). Generasi ini mencakup sekitar 71,05 juta jiwa atau 26,46% dari total populasi Indonesia yang juga dikenal sebagai *digital native* karena kedekatannya dengan internet, media sosial, dan teknologi finansial (*fintech*) (Maukar & Sudyasjayanti, 2025). Berdasarkan data Badan Pengawas Perdagangan Berjangka komoditi (Bappebti), lebih dari 50% investor kripto di Indonesia berasal dari kelompok usia 18-30 tahun, hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas investasi aset digital didominasi oleh generasi muda, khususnya Generasi Z dan milenial, mereka telah menjadikan kripto sebagai salah satu instrumen investasi utama (Lubis & Nufaisa, 2025).

Berbagai penelitian memperkuat fenomena tersebut. Penelitian oleh Juwita et al., (2022) menunjukkan bahwa pengambilan keputusan investasi kripto pada generasi milenial dan Generasi Z seringkali dipengaruhi oleh dorongan FOMO, di mana individu cenderung mengikuti keputusan orang lain tanpa pertimbangan rasional. Royantara et al (2025) juga menemukan bahwa Generasi Z memiliki tingkat FOMO tinggi yang berkaitan dengan meningkatnya kecemasan dan intensitas penggunaan media sosial. Trevina & Kohardinata (2024) juga mengatakan bahwa paparan konten kreator di media sosial dapat memicu perilaku FOMO dan mendorong Generasi Z mengambil keputusan investasi secara impulsif. Karakteristik ini menjadikan Generasi Z menarik untuk diteliti karena mereka cenderung lebih cepat merespon perubahan pasar, namun rentan terhadap perilaku FOMO dalam pengambilan keputusan investasi.

Selain faktor generasi, *gender* menjadi perspektif penting dalam memahami pengambilan keputusan investasi kripto. Teker et al (2023) menemukan adanya perbedaan signifikan dalam persepsi risiko dan pengambilan keputusan investasi antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki umumnya lebih berani mengambil risiko, sedangkan perempuan cenderung lebih berhati-hati dalam memilih instrumen keuangan (Król & Zdonek, 2023). Penelitian Nyhus et al., (2024) juga menemukan bahwa investor laki-laki dua kali

lebih aktif dalam investasi kripto dibandingkan perempuan. Studi Patil (2019) menunjukkan adanya perbedaan *gender* yang signifikan dalam pengambilan keputusan investasi pada generasi milenial, terutama dalam persepsi risiko dan mengambil keputusan spekulatif. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa *gender* berpotensi berperan sebagai variabel moderator dalam hubungan antara FOMO dan pengambilan keputusan investasi kripto.

Meskipun kajian mengenai FOMO dan perilaku investasi telah banyak dilakukan, sebagian besar kajian terdahulu masih berfokus pada generasi milenial atau menguji pengaruh FOMO secara langsung tanpa mempertimbangkan peran *gender* sebagai variabel moderator (Juwita et al., 2022; Trevina & Kohardinata, 2024). Penelitian yang secara khusus menguji peran *gender* sebagai variabel moderator dalam hubungan antara FOMO dan pengambilan keputusan investasi kripto, khususnya pada konteks Generasi Z di Indonesia masih terbatas, padahal Generasi Z merupakan kelompok dengan keterlibatan tinggi dalam investasi aset digital dan memiliki karakteristik psikologis yang berbeda, sehingga analisis ini penting untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika perilaku finansial generasi muda di tengah volatilitas pasar kripto (Lubis & Nufaisa, 2025; Tauda et al., 2023).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menjelaskan pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap pengambilan keputusan investasi kripto pada Generasi Z. FOMO diposisikan sebagai variabel independen yang mempengaruhi pengambilan keputusan investasi kripto, dengan mendorong individu merespons informasi investasi secara cepat dan emosional, sehingga berpotensi mengurangi evaluasi risiko serta pertimbangan rasional. *Gender* diposisikan sebagai variabel moderator yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi. Perbedaan karakteristik psikologis dan persepsi risiko antara laki-laki dan perempuan memungkinkan respons terhadap tekanan emosional akibat FOMO menjadi tidak seragam.

Berdasarkan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menguji peran *gender* dalam memoderasi pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi kripto pada Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap pengambilan keputusan investasi kripto serta menguji apakah *gender* memoderasi pengaruh tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap pengambilan keputusan investasi kripto pada Generasi Z serta menguji peran *gender* sebagai variabel moderator. Data dikumpulkan melalui survei secara daring menggunakan kuesioner terstruktur. Variabel yang dikaji meliputi *Fear of Missing Out* (FOMO) sebagai variabel independen, pengambilan keputusan investasi sebagai variabel dependen, dan *gender* sebagai variabel moderator. Sampel diperoleh melalui teknik purposive sampling dengan kriteria Generasi Z yang berusia 17–26 tahun, berdomisili di Indonesia, dan aktif melakukan investasi kripto minimal selama tiga bulan. Sampel terdiri atas 176 responden yang memenuhi kriteria tersebut.

Fear of Missing Out (FOMO) diukur menggunakan *Cryptocurrency Fear of Missing Out Scale* (CFOMO) yang dikembangkan oleh Tashan (2025), terdiri atas 9 item yang terbagi dalam dua aspek, yaitu *Personal FOMO* (6 item) dan *Social FOMO* (3 item), dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,785. Pengambilan keputusan investasi kripto diukur menggunakan *Investment Decision Making Scale* (IDM) yang diadaptasi dari Kiruba et al (2023), terdiri atas 19 item dengan empat aspek, yaitu *investment awareness*, *investment knowledge*, *investment return*, dan *financial risk*, dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,905. *Gender* dikodekan sebagai variabel dummy (laki-laki = 1; perempuan = 0) dalam analisis regresi. Seluruh item pada instrumen CFOMO dan IDM menggunakan skala Likert empat poin (1 = sangat tidak setuju hingga 4 = sangat setuju).

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik sampel dan distribusi skor variabel penelitian. Uji validitas dilakukan melalui korelasi item-total dan reliabilitas diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Uji asumsi regresi meliputi normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Analisis utama menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap pengambilan keputusan investasi kripto serta peran *gender* dalam memoderasi pengaruh tersebut. Seluruh analisis data dilakukan menggunakan JASP versi 0.95.4.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Data Demografi Responden (N=176)

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	124	70,45%
	Perempuan	52	29,55%

Berdasarkan data demografis, sampel penelitian berjumlah 176 responden yang terdiri dari 124 orang laki-laki (70,45%) dan 52 orang perempuan (29,55%).

Tabel 2. Hasil Uji Deskriptif

Variable	Rentang Skor	Mean (M)	Standar Deviasi (Sd)
Fear of Missing Out (FOMO)	9 - 36	23.92	5.304
Pengambilan Keputusan Investasi (PKI)	33 - 76	58.68	9.744

Hasil analisis deskriptif, menunjukkan bahwa variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki nilai rentang skor 9 - 36, dengan nilai rata-rata *mean* (M = 23.92) dan standar deviasi (SD = 5.304). Sementara itu, variabel pengambilan keputusan investasi memiliki rentang skor 33 - 76, dengan nilai rata-rata *mean* (M = 58.68), dan standar deviasi (SD = 9.744).

Tabel 3. Kategorisasi FOMO

Rentang Skor	Kategorisasi	Jumlah	Persentase
≥ 30	Sangat Tinggi	24	13,63%
23 - 29	Tinggi	86	48,86%
16 - 22	Rendah	56	31,81%
≤ 15	Sangat Rendah	10	5,68%

Hasil kategorisasi menunjukkan sebagian besar responden berada pada kategori FOMO tinggi (48,86%).

Tabel 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

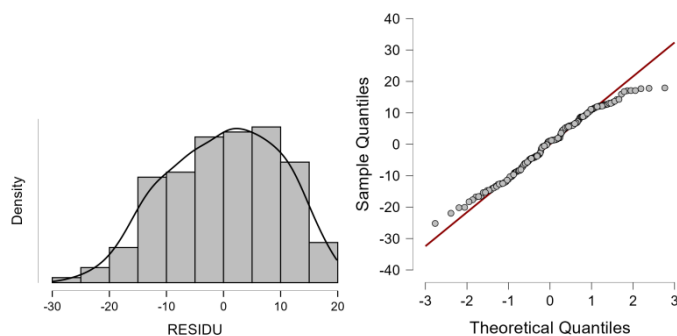
Instrumen	Jumlah Item	Rentang r item-total	Sig. (p)	Cronbach's Alpha	Keterangan
CFOMO	9	0.419 – 0.726	< 0.001	0.785	Valid & reliabel
IDM	19	0.537 – 0.744	< 0.001	0.905	Valid & sangat reliabel

Seluruh item pada skala CFOMO dan IDM menunjukkan korelasi item-total yang signifikan ($p < 0,001$). Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.785 (CFOMO) dan 0.905 (IDM) sehingga kedua skala valid dan reliabel.

Tabel 5. Uji Normalitas

Variable	Shapiro-Wilk	P-value	Keterangan
FOMO	0.989	0.170	Normal
PKI	0.975	0.003	Tidak normal
Residu	0.981	0.016	Tidak normal

Hasil Uji normalitas *Shapiro-Wilk* menunjukkan bahwa FOMO berdistribusi normal ($p > 0.05$) sedangkan IDM menunjukkan nilai ($p < 0.05$). Meskipun demikian, distribusi residual berdasarkan hasil pemeriksaan histogram dan Q-Q plot mendekati normal.



Gambar 2. Histogram & Q-Q Residu

Dengan ukuran sampel $N = 176$, asumsi normalitas residual dinilai terpenuhi.

Tabel 6. Uji Linearitas

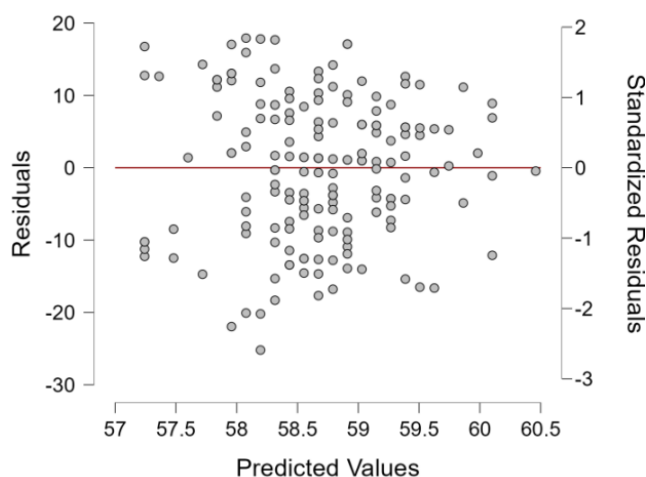
Hubungan	F	Sig. (P)	Keterangan
FOMO - PKI	0.735	0.393	Linear

Uji linearitas antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *Investment Decision Making* (IDM) menunjukkan nilai $F = 0.735$ dengan nilai signifikansi $p = 0.393$ ($p > 0.05$), yang mengindikasikan bahwa hubungan keduanya bersifat linier.

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Variable	Tolerance	VIF
CFOMO	1.000	1.000
Jenis Kelamin	1.000	1.000
CFOMO x Jenis Kelamin	1.000	1.000

Hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai Tolerance = 1.000 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) = 1.000 pada seluruh prediktor (Tolerance > 0.10 dan VIF < 10), sehingga asumsi multikolinearitas terpenuhi.



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas scatterplot menunjukkan bahwa sebaran residual yang acak tanpa pola tertentu, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi.

Tabel 8. Uji Hipotesis

Variable	B	SE	β	t	p
Konstanta	57.877	4.983	-	11.616	< 0.001
Fear of Missing Out (FOMO)	-0.377	0.190	-0.205	-1.979	0.049
Gender	-3.411	5.686	-0.160	-0.600	0.549
FOMO x Gender	0.748	0.223	0.882	3.363	< 0.001

Hasil analisis menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa model regresi signifikan dengan nilai $R = 0,727$ dan $R^2 = 0,528$. Nilai F sebesar 64,13 ($p < 0,001$) menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO), *gender*, serta interaksi antara FOMO dan *gender* secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi kripto. Secara parsial, FOMO berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi ($\beta = -0,205$, $p = 0,049$). Variabel *gender* tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi ($\beta = -0,160$, $p = 0,549$). Namun, interaksi antara FOMO dan *gender* signifikan ($\beta = 0,882$, $p < 0,001$) yang mengindikasikan adanya efek moderasi. Arah moderasi menunjukkan bahwa pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi lebih kuat pada kelompok laki-laki dibandingkan perempuan.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya partisipasi Generasi Z dalam investasi kripto di Indonesia, yang berlangsung di tengah kondisi pasar yang fluktuatif, ketidakpastian harga, serta derasnya arus informasi investasi melalui media sosial. Fenomena ini memperlihatkan adanya perubahan perilaku finansial di kalangan generasi muda, di mana keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional tetapi juga oleh tekanan psikologis dan sosial yang muncul di lingkungan digital, salah satunya yaitu *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu dorongan emosional untuk selalu terlibat dan tidak tertinggal dari tren sosial atau peluang yang sedang berlangsung terutama di media sosial (Przybylski et al., dalam Ruby et al., 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi dan transformasi digital, investor semakin mudah mengakses berbagai informasi investasi melalui media sosial. Akses yang luas terhadap informasi ini di satu sisi memberikan keuntungan karena dapat meningkatkan literasi finansial, namun di sisi lain juga menimbulkan tekanan psikologis baru khususnya para investor muda. Generasi Z yang masih berada pada tahap awal pengalaman investasi, cenderung mengandalkan sumber eksternal sebagai dasar pengambilan keputusan karena pengalaman yang terbatas dan kestabilan emosional yang belum matang. Dalam konteks investasi, FOMO tidak hanya mencerminkan kecemasan sosial, tetapi juga berfungsi sebagai pemicu perilaku impulsif dalam mengambil keputusan investasi ketika individu terdorong mengikuti tren tanpa pertimbangan risiko yang matang (Przybylski et al., 2013).

Hal tersebut sejalan dengan temuan Christanti & Mahastanti (2011) yang menjelaskan bahwa keputusan

investasi sering kali dipengaruhi oleh sumber informasi eksternal seperti rekomendasi, ulasan, serta opini orang lain, terutama pada investor dengan pengalaman terbatas. Nagy dan Obenberger (dalam Prayuga et al., 2022) juga menambahkan bahwa informasi netral (*neutral information*), seperti diskusi daring dan ulasan investasi, serta rekomendasi dari pihak profesional (*professional recommendation*) memiliki peran penting dalam mempengaruhi, membandingkan, dan merespon berbagai informasi investasi secara emosional maupun sosial.

Selain informasi netral, peran tokoh dan *public figure* yang memiliki reputasi dan otoritas di bidang investasi turut memperkuat dinamika pengambilan keputusan investasi kripto. Penelitian Tjahyana (2021) menunjukkan bahwa *public figure* yang kompeten, terpercaya, dan konsisten dalam memberikan informasi investasi memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan individu untuk berinvestasi pada aset kripto. Kredibilitas dan reputasi *public figure* tersebut meningkatkan kepercayaan investor rekomendasi yang disampaikan, sehingga pesan investasi lebih mudah diterima dan diikuti oleh para investor.

Berdasarkan hasil penelitian ini, *Fear of Missing Out* (FOMO) terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi kripto pada Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat FOMO yang dialami individu maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan investasi secara cepat tanpa melalui evaluasi risiko yang matang. Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori FOMO tinggi, yaitu sebesar 48,86%. Kondisi ini menggambarkan bahwa tekanan psikologis FOMO untuk mengikuti tren investasi kripto cukup kuat di kalangan Generasi Z, yang cenderung mudah terpengaruh oleh arus informasi dan opini publik di media sosial. Tingginya tingkat FOMO tersebut memperlihatkan bahwa keputusan investasi tidak sepenuhnya didasarkan pada analisis rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional dan psikologis untuk tidak tertinggal dari peluang investasi yang sedang berkembang (Ahmad, 2023; Yuniningsih, 2020).

Individu dengan tingkat FOMO tinggi menunjukkan dorongan kuat untuk terus memantau pergerakan pasar dan mencari informasi investasi terbaru agar tidak tertinggal dari tren yang sedang berlangsung. Dalam konteks investasi kripto, perilaku ini tercermin pada kecenderungan untuk segera merespons kenaikan harga aset, mengikuti rekomendasi influencer atau komunitas investasi daring, serta kekhawatiran apabila terlambat mengambil keputusan investasi. Dorongan untuk segera bertindak tersebut menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan lebih banyak dipengaruhi oleh urgensi emosional daripada evaluasi rasional terhadap investasi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Huda & Hambali (2020) yang menemukan bahwa FOMO berkontribusi signifikan terhadap perilaku investasi berisiko, terutama pada aset kripto. Penelitian oleh Juwita et al (2022) serta Trevina & Kohardinata (2024) juga mendukung

temuan ini dengan menunjukkan bahwa paparan konten investasi di media sosial dapat memperkuat FOMO, sehingga individu cenderung mengikuti keputusan investor lain tanpa pertimbangan risiko yang memadai. Karakteristik Generasi Z sebagai *digital native* semakin meningkatkan kerentanan terhadap tekanan psikologis FOMO terhadap dinamika pengambilan keputusan investasi kripto.

Namun, pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi ternyata tidak bersifat seragam antar individu, karena faktor *gender* terbukti berperan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara FOMO dan pengambilan keputusan investasi kripto. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *gender* tidak berpengaruh langsung terhadap pengambilan keputusan investasi kripto, namun berperan sebagai variabel moderator hubungan antara FOMO dan pengambilan keputusan investasi kripto. Efek moderasi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi FOMO, semakin tinggi pula pengambilan keputusan investasi kripto pada kelompok laki-laki, sedangkan pada kelompok perempuan hubungan tersebut relatif lebih lemah dan stabil.

Perbedaan respons terhadap tekanan *Fear of Missing Out* (FOMO) dapat dijelaskan melalui orientasi psikologis dan sosial yang berbeda antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki umumnya memiliki orientasi pencapaian yang lebih tinggi, keberanian dalam mengambil risiko, serta pandangan bahwa investasi merupakan sarana untuk meningkatkan kondisi finansial dan mencapai tujuan ekonomi jangka panjang. Dalam kondisi FOMO, tekanan untuk tidak tertinggal dari peluang investasi mendorong laki-laki segera bertindak, bahkan ketika keputusan tersebut disertai risiko yang tinggi (Sengupta & Mitra, 2024). Sementara itu, perempuan cenderung lebih berhati-hati, mempertimbangkan aspek keamanan finansial, serta menilai risiko dengan lebih rasional sebelum membuat keputusan investasi. Meskipun perempuan juga mengalami kecemasan tertinggal dari peluang investasi, keputusan yang diambil relatif lebih mempertimbangkan aspek keamanan dan stabilitas (Król & Zdonek, 2023; Teker et al., 2023). Hal ini menjelaskan mengapa efek FOMO lebih kuat pada laki-laki dibandingkan perempuan.

Kecenderungan perempuan untuk lebih berhati-hati dalam menghadapi tekanan FOMO memperlihatkan adanya perbedaan pola pengambilan keputusan yang mendasar dibandingkan laki-laki. Meskipun perempuan juga mengalami kecemasan akan tertinggal dari peluang investasi, keputusan yang diambil umumnya lebih mempertimbangkan aspek keamanan dan stabilitas finansial. Jain (2021) menjelaskan bahwa perilaku investasi perempuan banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai keluarga dan budaya kehati-hatian, sehingga perempuan cenderung memilih instrumen investasi yang dianggap lebih aman serta menghindari risiko tinggi. Dalam konteks investasi kripto yang bersifat volatil dan spekulatif, karakteristik ini menyebabkan perempuan tidak secara langsung merespons FOMO dengan tindakan investasi agresif, sehingga

pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi menjadi lebih lemah dibandingkan laki-laki.

Perbedaan ini semakin diperkuat oleh perbedaan preferensi risiko dan bias psikologis berdasarkan *gender*. Literatur *behavioral finance* menunjukkan bahwa laki-laki cenderung memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi dan lebih menerima pengambilan risiko sebagai bagian dari strategi pencapaian keuntungan finansial, sedangkan perempuan umumnya menunjukkan kecenderungan menghindari risiko dan memilih pendekatan investasi yang lebih konservatif. Perbedaan ini terutama dipengaruhi oleh konstruksi sosial dan norma budaya yang sejak lama membentuk ekspektasi perilaku maskulin sebagai berani mengambil risiko dan perilaku feminin sebagai berhati-hati dalam keputusan keuangan (Byrnes et al dalam Rakhmawati et al., 2024).

Selain itu, faktor struktural seperti kesenjangan upah juga berperan dalam membentuk perilaku investasi berdasarkan *gender*. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perempuan secara rata-rata memiliki tingkat pendapatan yang lebih rendah dibandingkan laki-laki, sehingga berdampak pada keterbatasan sumber daya finansial serta meningkatkan kehati-hatian dalam mengambil keputusan investasi (Ge et al., 2015; Joshi et al., 2015; Webber & Canché, 2015). Kondisi ini mendorong perempuan untuk lebih memperhatikan aspek keamanan dan stabilitas finansial dibandingkan mengejar peluang keuntungan tinggi yang berisiko, sehingga tekanan FOMO tidak secara langsung diterjemahkan menjadi keputusan investasi yang spekulatif seperti pada laki-laki.

Perbedaan respons terhadap FOMO juga dapat dijelaskan melalui bias psikologis berupa *overconfidence*. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa laki-laki lebih rentan mengalami *overconfidence bias*, yaitu kecenderungan untuk melebih-lebihkan kemampuan dan pengetahuan diri dalam pengambilan keputusan investasi (Barber & Odean, 2001; Charness & Gneezy, 2012; Kengatharan & Kengatharan, 2014). Dalam konteks FOMO, kombinasi antara tekanan emosional untuk tidak tertinggal dan keyakinan berlebih terhadap kemampuan diri serta tujuan finansial dapat mendorong laki-laki mengambil keputusan investasi kripto secara cepat dan kurang mempertimbangkan risiko. Sebaliknya, perempuan cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih realistis dan melakukan evaluasi risiko yang lebih mendalam sebelum mengambil keputusan investasi, sehingga pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi kripto menjadi relatif lebih lemah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fear of Missing Out (FOMO) merupakan faktor psikologis yang berperan penting dalam membentuk pengambilan keputusan investasi kripto pada Generasi Z. Pengaruh FOMO menjadi semakin kuat dalam konteks lingkungan digital yang sarat dengan arus informasi, rekomendasi profesional, serta paparan figur publik di media sosial. Kondisi tersebut mendorong investor Generasi Z untuk merespons peluang investasi secara cepat dan

emosional, khususnya pada instrumen kripto yang memiliki karakteristik volatil dan spekulatif.

Temuan penelitian ini juga memperlihatkan bahwa pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi kripto tidak bersifat seragam, melainkan dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik psikologis berdasarkan *gender*. Laki-laki cenderung lebih responsif terhadap tekanan FOMO, yang dapat dijelaskan melalui preferensi risiko yang lebih tinggi, orientasi pada pencapaian ekonomi, serta kecenderungan bias psikologis seperti *overconfidence*. Sebaliknya, perempuan menunjukkan respons yang lebih berhati-hati dan stabil dalam menghadapi tekanan FOMO, sejalan dengan kecenderungan kontrol diri dan orientasi kehati-hatian dalam pengambilan keputusan finansial.

Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian psikologi investasi dan *behavioral finance* dengan menunjukkan bahwa dinamika pengambilan keputusan investasi kripto pada Generasi Z dipengaruhi oleh interaksi antara faktor psikologis (FOMO), karakteristik demografis (*gender*), serta konteks sosial digital. Pemahaman terhadap interaksi tersebut menjadi penting sebagai dasar dalam merancang edukasi literasi keuangan dan strategi mitigasi perilaku investasi impulsif, khususnya bagi generasi muda yang aktif berpartisipasi dalam pasar aset digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dapat disimpulkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z. Semakin tinggi tingkat FOMO yang dialami individu maka semakin tinggi juga kecenderungan untuk mengambil keputusan investasi tanpa pertimbangan risiko yang matang. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor psikologis FOMO berperan penting dalam membentuk perilaku investasi Generasi Z di tengah dinamika pasar kripto dan masifnya tren investasi di media sosial. Selain itu, *Gender* juga berperan sebagai variabel moderator dalam hubungan tersebut, di mana pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi lebih kuat pada laki-laki dibandingkan perempuan. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan karakteristik psikologis dan persepsi risiko dalam merespons tekanan FOMO. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian psikologi investasi dan *behavioral finance*, khususnya dalam memahami interaksi antara faktor psikologis dan demografis dalam konteks investasi kripto. Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, terutama karena belum mempertimbangkan faktor psikologis lain seperti literasi keuangan dan kontrol diri yang juga berpotensi mempengaruhi pengambilan keputusan investasi, sehingga pada penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel tambahan dan menggunakan pendekatan metodologis yang lebih beragam guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku investasi pada Generasi Z di era digital.

REFERENSI

- Ahmad, D. A. (2023). Behavioral Finance: Exploring Psychological Factors in Economic Decision-Making. *Contemporary Research Review for Social Work*, 1(1), 25–32.
<https://www.contemporarysw.com/index.php/CRRS/article/view/5>
- Akadur, O., & Senkardes, C. G. (2021). A research on the factors affecting cryptocurrency investments within the gender context. *Pressacademia: Journal of Business, Economics and Finance*, 10(4), 178–189.
<https://doi.org/10.17261/pressacademia.2021.1463>
- Angelique, A. (2024). Implikasi Penerapan Cryptocurrency Sebagai legal Tender di Indonesia Berdasarkan perbandingan Hukum El- Salvador dan Republik Afrika Tengah.
- Astuti, C. N., & Kusumiati, R. Y. E. K. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme dengan Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2), 245–258.
<https://doi.org/10.23887/jibk.v12i2.34086>
- Ayuningtyas, R. F., & Wiyono, B. D. (2020). Studi Mengenai Kecanduan Internet Dan Fear of Missing Out (Fomo) Pada Siswa Di Smk Negeri 1 Driyorejo. *Universitas Negri Surabaya*, 11(4), 413–419.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/33592%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/download/33592/30026>
- Bappebti. (2020). Aset kripto (Crypto Asset). In *Kementerian Perdagangan Republik Indonesia* (p. 24).
https://bappebti.go.id/resources/docs/brosur_leaflet_2001_01_09_026ulbsq.pdf
- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys Will Be Boys: Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 261–292.
- Bouri, E., Shahzad, S. J. H., & Roubaud, D. (2018). Co-explosivity in the cryptocurrency market. *Finance Research Letters*, 29, 178–183.
<https://doi.org/10.1016/j.frl.2018.07.005>
- Budi Suryawan, I. P. G. (2023). Fear of Missing out in Cryptocurrency Investing. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 301–310.
<https://doi.org/10.36555/almana.v7i2.2163>
- Byrnes, J. P., Miller, D. C., & Schafer, W. D. (1999). Gender differences in risk taking: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 125(3), 367–383.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.3.367>
- Cahyo Prakoso, T., & Zamzamy, A. (2024). Persepsi Generasi Z terhadap Literasi Pengelolaan Keuangan pada Konten Instagram Reels @mentorkeuangan. *Journal Education Innovation*, 2(4), 447–453.
<https://jurnal.ypkpasid.org/index.php/jei>
- Charness, G., & Gneezy, U. (2012). Strong Evidence for Gender Differences in Risk Taking. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 83(1), 50–58.
<https://doi.org/10.1016/j.jebo.2011.06.007>
- Christanti, N., & Mahastanti, L. A. (2011). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Investor Dalam Melakukan Investasi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 4(3), 37–51.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v4i3.2424>
- Corbet, S., Cumming, D. J., Lucey, B. M., Peat, M., & Vigne, S. (2019). Investigating the Dynamics Between Price Volatility, Price Discovery, and Criminality in Cryptocurrency Markets. *SSRN Electronic Journal*, may, 1–53. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3384707>
- Danurwenda, R., & Suhartini, D. (2024). Pengambilan Keputusan Investasi Cryptocurrency pada Generasi Z. *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis*, 8(2), 573–583.
- Fitria, Y., Rahadi, R. A., Afgani, K. F., R. Putranto, N. A., Murtaqi, I., & Faturohman, T. (2019). The Influence of Demographic, Financial Literacy and Information Factors on Investment Decision Among Millennial Generations in Bandung. *European Journal of Business and Management Research (EJBMR)*, 4(6), 1–7.
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2019.4.6.152>
- Ge, C., Kankanhalli, A., & Huang, K.-W. (2015). Investigating the determinants of starting salary of IT graduates. *The Data Base for Advances in Information Systems*, 46(4), 9–25. <https://doi.org/10.1145/2843824.2843826>
- Huda, N., & Hambali, R. (2020). Risiko dan Tingkat Keuntungan Investasi Cryptocurrency. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, 17(1), 72–84.
- Jain, A. (2021). An Empirical Study on the Investment Behaviour of Female Investors in the city of Howrah, West Bengal. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 11(3), 251–257.
<https://doi.org/10.29322/ijsrp.11.03.2021.p11134>
- Joshi, A., Son, J., & Roh, H. (2015). When Can Women Close The Gap? A Meta -Analytic Test Of Sex Differences In Performance and Reward. *The Academy of Management Journal*, 58(5), 1516–1545.
- Juwita, R., Dwianti, L., Mandang, J. Z., Yahya, M. S., & Triadi, M. R. (2022). Investment Decision of Cryptocurrency in Millennials and Gen Z. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022 (ICAST-SS 2022)*, 725–731.
https://doi.org/10.2991/978-2-494069-83-1_126
- Kengatharan, L., & Kengatharan, N. (2014). The Influence of Behavioral Factors in Making Investment Decisions and Performance: Study on Investors of Colombo Stock Exchange, Sri Lanka. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(1), 1.
<https://doi.org/10.5296/ajfa.v6i1.4893>
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(4), 727. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i4.6560>
- Kiruba DR, A. S., DR, B. R., & DR, M. N. (2023). Cryptocurrency Investing: Millennial Decision Making. *The Indonesian Capital Market Review*, 15(2), 86–96.
<https://doi.org/10.21002/icmr.v15i2.1164>
- Kovalchuk, O., Shevchuk, R., & Banakh, S. (2024).

- Cryptocurrency Crime Risks Modeling: Environment, E-Commerce, and Cybersecurity Issue. *IEEE Access*, 12, 50673–50688.
<https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3386428>
- Król, K., & Zdonek, D. (2023). Digital Assets in the Eyes of Generation Z: Perceptions, Outlooks, Concerns. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1).
<https://doi.org/10.3390/jrfm16010022>
- Lubis, R. H., & Nufaisa, N. (2025). PENGARUH INVESTOR CRYPTO TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA PERIODE 2020-2025. *JEBRA: Jurnal Penelitian Ekonomi, Bisnis Dan Pariwisata*, 2(1), 16–27.
- Maukar, T. T., & Sudyasjayanti, C. (2025). the Moderating Impact of Fomo on Adoption Intention Toward. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(4), 4180–4192.
- Megasari, E., & Nur, D. I. (2022). Analisis Keputusan Investasi Karyawan Swasta di Kabupaten Jombang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 653.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.511>
- Nitha, D. A. F., & Westra, I. K. (2020). Investasi Cryptocurrency Berdasarkan Peraturan Bappebti No. 5 Tahun 2019. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 9(4), 712.
<https://doi.org/10.24843/jmhu.2020.v09.i04.p04>
- Norisnita, M., & Indriati, F. (2022). Application of Theory of Planned Behavior (TPB) in Cryptocurrency Investment Prediction: A Literature Review. *The Asian Institute of Research Economics and Business Quarterly Reviews*, 5(2), 181–187.
<https://doi.org/10.31014/aior.1992.05.02.424>
- Novianggie, V., & Asandimitra, N. (2019). The Influence of Behavioral Bias, Cognitive Bias, and Emotional Bias on Investment Decision for College Students with Financial Literacy as the Moderating Variable. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(2), 92–107. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v9-i2/6044>
- Nyhus, E. K., Frank, D. A., Król, M. K., & Otterbring, T. (2024). Crypto cravings: Gender differences in crypto investment intentions and the mediating roles of financial overconfidence and personality. *Psychology and Marketing*, 41(3), 447–464.
<https://doi.org/10.1002/mar.21921>
- Patil, P. S. (2019). Attitude of the Millennial Generation Towards Cryptocurrency (Issue May).
- Prayuga, R. S., Lubis, H., & Nur Rahmah, D. D. (2022). Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Dengan Keputusan Investasi Saham Investor Saham Pemula. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 191.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7234>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Fear of Missing Out Lifestyle on Students in Palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 21(2), 129–148.
- Rakhmawati, A., Rani, S., & Putu Indah Tania, N. (2024). Preferensi Berinvestasi Berdasarkan Gender: Apakah Berbeda? *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 905–911.
- Royantara, M. O., Wijaya, A., Sugiarti, R., & Suhariadi, F. (2025). Peran FOMO (Fear of Missing Out) dalam Meningkatkan Kecemasan Terhadap Media Sosial pada Generasi Z. *EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies*, 4(3), 2188–2195.
- Ruby, A. C., Prihartanti, N., & Partini, P. (2022). Hubungan antara Keberfungsian Keluarga dan Fear of Missing Out (FoMO) dengan Kecanduan Internet pada Remaja. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(3), 596.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i3.8500>
- Sabila, B. V., & Pertiwi, T. K. (2021). Pengaruh Bias Perilaku Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham Para Investor Pemula Di Kota Sidoarjo. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 353–364.
- Salinding, J. M., & Soetjningsih, C. H. (2022). Fear Of Missing Out pada Pengguna Media Sosial dan Kaitannya dengan Loneliness Di Masa Pandemi Covid-19. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(4), 693.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i4.9227>
- Sengupta, S., & Mitra, S. (2024). Are women more risk-Averse than men regarding investment decision? *Journal of Management Research and Analysis*, 11(2), 118–122. <https://doi.org/10.18231/j.jmra.2024.020>
- Taşhan, A. (2025). The Cryptocurrency Market: A scale development study on the behaviors of investors. *TECHNIUM SOCIAL SCIENCES JOURNAL*, 69(March), 259–269. <https://doi.org/10.47577/tssj.v69i1.12548>
- Tauda, G. A., Omara, A., & Arnone, G. (2023). Cryptocurrency: Highlighting the Approach, Regulations, and Protection in Indonesia and European Union. *Bestuur*, 11(1), 1–25.
- Teker, D., Teker, S., & Demirel, E. (2023). Gender differences in risk perception and investment behavior. *Pressacademia*, 2023(54), 239–240.
<https://doi.org/10.17261/pressacademia.2023.1708>
- Tjahyana, L. J. (2021). Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin di Twitter. *Komunikatif*, 10(1), 18–36.
- Trevina, V., & Kohardinata, C. (2024). The Role of Content Creators Investment Decisions in Gen-Z Mediated by Digital Financial Literacy. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 15(2), 16. <https://doi.org/10.24036/011335100>
- Wang, C., & Li, J. (2022). Project investment decision based on VIKOR interval intuitionistic fuzzy set. *Journal of Intelligent and Fuzzy Systems*, 42(2), 623–631.
<https://doi.org/10.3233/JIFS-189735>
- Webber, K. L., & Canché, M. G. (2015). Not Equal for All: Gender and Race Differences in Salary for Doctoral Degree Recipients. *Research in Higher Education*, 56(7), 645–672. <https://doi.org/10.1007/s11162-015-9369-8>
- Wendy, W. (2021). Efek Interaksi Literasi Keuangan Dalam Keputusan Investasi: Pengujian Bias-Bias Psikologi.

Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBIK), 10(1), 36. <https://doi.org/10.26418/jebik.v10i1.43403> n.pdf
Yuniningsih. (2020). Perilaku Keuangan Dalam Berinvestasi. In *Indomedia Pustaka* (Vol. 2, Issue 1). http://repository.upnjatim.ac.id/54/1/perilaku_keuanga