



PENGARUH FOMO DAN FINANCIAL INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI CRYPTOCURRENCY GENERASI Z DENGAN LITERASI KRIPTO SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Anggita Eka Syahrani Putri¹, Arie Setyo Dwi Purnomo²

^{1,2} Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Email: anggitaekasyahraniputri@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v10i4.1144>

Sections Info

Article history:

Submitted: 13 October 2025

Final Revised: 14 October 2025

Accepted: 18 November 2025

Published: 25 December 2025

Keywords:

FoMO

Financial Influencer

Crypto Literacy

Investment Decision

Cryptocurrency



ABSTRACT

This study is motivated by the growing interest of Generation Z in cryptocurrency investment, which is influenced by emotional and social factors in the digital era. The purpose of this research is to examine the effect of Fear of Missing Out (FoMO) and financial influencers on cryptocurrency investment decisions, as well as to analyze the moderating role of crypto literacy. This research employs a quantitative associative approach. The population consists of 15,483 students from the University of Trunojoyo Madura (cohorts 2022–2025), with a sample of 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using path analysis with SmartPLS 4.1.1.5. The results show that FoMO and financial influencers have a positive and significant effect on cryptocurrency investment decisions, while crypto literacy has a negative and significant effect. Moreover, crypto literacy negatively moderates the relationship between FoMO and financial influencers on investment decisions. This indicates that the higher an individual's level of crypto literacy, the weaker the emotional and social influence on their investment decision-making.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya minat investasi cryptocurrency di kalangan Generasi Z yang dipengaruhi oleh faktor emosional dan sosial di era digital. Tujuannya adalah untuk menguji pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) dan financial influencer terhadap keputusan investasi cryptocurrency, serta menganalisis peran literasi kripto sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura angkatan 2022–2025 sebanyak 15.483 orang, dengan sampel 100 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan path analysis dengan software SmartPLS 4.1.1.5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO dan financial influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi cryptocurrency, sedangkan literasi kripto berpengaruh negatif dan signifikan. Selain itu, literasi kripto terbukti memoderasi secara negatif hubungan antara FoMO dan financial influencer terhadap keputusan investasi. Artinya, semakin tinggi literasi kripto seseorang, semakin lemah pengaruh emosional dan sosial terhadap keputusan investasinya.

Kata Kunci: FoMO, Influencer Keuangan, Literasi Kripto, Keputusan Investasi, Cryptocurrency

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar terhadap cara pandang masyarakat dalam mengelola keuangan. Melalui media sosial, informasi tentang berbagai keputusan pengelolaan keuangan, termasuk investasi, dapat diakses dengan cepat dan mudah (Khakzadian, 2025). Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, kemampuan mengatur keuangan menjadi penting untuk menjaga keamanan finansial dan menjaga nilai mata uang dari inflasi (Nuringtyas, 2023). Investasi kemudian menjadi pilihan banyak orang untuk mencapai kemandirian finansial, terutama di kalangan anak muda yang semakin sadar akan pentingnya literasi keuangan (Phuong Do, 2024). Kemajuan teknologi juga membuat investasi semakin praktis. Dengan hadirnya fintech, masyarakat dapat berinvestasi kapan pun dan di mana pun hanya melalui ponsel, mulai dari membeli aset hingga memantau portofolionya setiap saat (Sunandes & Meifilina, 2024). Kemudahan ini menjadikan investasi semakin menarik bagi generasi muda yang cukup dekat dengan dunia digital.

Cryptocurrency merupakan salah satu bentuk investasi digital yang diminati karena berbasis teknologi blockchain yang aman, transparan, dan tanpa perantara (Sihombing et al., 2021). Aset ini mencakup koin seperti Bitcoin, Ethereum, dan altcoin lain yang diperdagangkan melalui platform digital seperti Binance, Indodax, dan Tokocrypto. Di Indonesia, cryptocurrency tidak diakui sebagai alat pembayaran sah berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2011, namun diizinkan sebagai komoditas investasi di bawah pengawasan Bappebti (Sajidin, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan cryptocurrency mencerminkan inovasi digital dalam dunia investasi modern.

Cryptocurrency memiliki karakteristik mirip emas karena jumlahnya terbatas dan diperoleh melalui proses mining, sehingga dianggap mampu mempertahankan nilai (Arshad et al., 2023). Selain menjadi inovasi teknologi, cryptocurrency berkembang sebagai instrumen investasi dengan potensi keuntungan tinggi (Nakamoto, 2008). Teknologi blockchain yang terdesentralisasi, aman, dan anonim memungkinkan transaksi langsung tanpa perantara (Hardiyano Nugroho, 2023). Meski menjanjikan, aset digital ini juga memiliki risiko tinggi, seperti isu legalitas, keamanan, pencucian uang, dan peretasan platform exchange (Yermack, 2017). Beberapa kripto populer antara lain Bitcoin, Ethereum, serta altcoin seperti Solana, Cardano, dan Ripple (Ratnawati et al., 2024), yang menawarkan akses pasar global 24 jam sekaligus menuntut kemampuan manajemen risiko yang baik (Budi Suryawan, 2023). Minat masyarakat terhadap cryptocurrency terus meningkat meskipun risikonya tinggi. Data Bappebti mencatat kenaikan jumlah investor kripto di Indonesia, didorong oleh literasi digital dan kemudahan akses platform investasi. Tren ini juga banyak diminati Generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi (Yusmini et al., 2023). Peningkatan investor dapat dilihat pada grafik berikut:



Sumber: Bappebti (2024)

Data menunjukkan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap *cryptocurrency* terus meningkat sepanjang 2024. Kemajuan teknologi digital dan *blockchain* mendorong generasi muda, khususnya Generasi Z, untuk aktif berinvestasi aset digital (Bappeti, 2024). Sekitar 26,9% investor berusia 18–24 tahun dan 35,1% berusia 25–30 tahun, menegaskan dominasi kelompok muda dalam investasi ini (Indah, 2024, 2024). Generasi Z adaptif terhadap teknologi, terbiasa menggunakan media sosial dan aplikasi keuangan digital, sehingga cepat tanggap terhadap tren investasi (Arum et al, 2023), namun juga rentan terhadap pengaruh emosional seperti *Fear of Missing Out* (FoMO) yang dapat mendorong keputusan impulsif (Prawitasari et al., 2025).

Penelitian (Anggiani et al., 2025) menunjukkan bahwa media sosial dan peran *financial influencer* berpengaruh besar terhadap keputusan investasi Generasi Z. Informasi dan tren daring sering dijadikan acuan dalam membuat keputusan mereka cenderung dipengaruhi oleh validasi sosial dan emosi, bukan analisis rasional. Hal ini sejalan dengan temuan (Dewi & Apriyati, 2023) bahwa bias perilaku seperti *herding* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) mendominasi keputusan investasi Gen Z. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan terutama terkait pemahaman risiko dan mekanisme pasar kripto sangat penting agar generasi ini dapat berinvestasi secara lebih rasional dan bijak.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) menggambarkan perasaan cemas atau takut tertinggal ketika seseorang melihat orang lain memperoleh peluang atau keuntungan yang belum sempat ia rasakan (Russo netzer, 2024). Dalam konteks investasi, FoMO muncul sebagai dorongan emosional untuk segera berinvestasi karena keyakinan bahwa orang lain sedang meraih keuntungan besar. Przybylski et al., (2013) menjelaskan bahwa FoMO merupakan ketidaknyamanan psikologis yang mendorong individu untuk menyesuaikan diri dengan tren sosial agar tidak tertinggal. Kondisi ini umum dialami oleh investor muda, terutama pada investasi *cryptocurrency* yang volatilitasnya tinggi. Secara psikologis, FoMO menstimulasi perilaku impulsif dan mengurangi kemampuan analisis risiko, sehingga keputusan investasi lebih banyak didorong oleh emosi dan tekanan sosial (Lestari & Ramadhani, 2024). Akibatnya, investor cenderung mengambil keputusan jangka pendek tanpa mempertimbangkan faktor fundamental, yang pada akhirnya dapat menimbulkan kerugian finansial.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasad (2025) menunjukkan bahwa FoMO memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi, terutama pada Generasi Z yang aktif di platform daring. Individu muda cenderung terdorong mengikuti langkah orang lain yang terlihat sukses tanpa melakukan analisis risiko secara mendalam, sehingga keputusan investasi lebih banyak dipengaruhi oleh dorongan emosional dan tekanan sosial digital daripada pertimbangan rasional (Hasan et al., 2024). Paparan media sosial dan pengaruh *influencer* semakin memperkuat tekanan ini, sehingga dapat mendorong investasi yang bersifat impulsif dan spekulatif (Khana et al., 2025). Namun ketika investor memiliki tingkat literasi yang baik hal ini memungkinkan individu dapat menilai informasi secara kritis dan menahan dirinya akibat dorongan emosional, serta membuat keputusan investasi yang lebih rasional dan terencana. Dengan kata lain, meskipun FoMO dapat mendorong minat investasi, literasi keuangan juga menjadi faktor penting yang membantu generasi muda dalam menyeimbangkan dorongan emosional dengan pertimbangan rasional terhadap pengambilan keputusan investasinya untuk meminimalkan resiko.

Penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat memperkuat perasaan FoMO, terutama saat individu sering melihat unggahan tentang keuntungan besar investasi *cryptocurrency* (Sinaga & Usman, 2025). Dalam artian bahwa semakin sering investor

mengakses media sosial, semakin besar juga kemungkinan keputusan investasi dibuat tanpa analisis, karena konten viral dapat lebih cepat membangun emosi kolektif dan ketakutan tertinggal tren (Tedianta & Purwaningrum, 2024). Meski demikian, FoMO tidak selalu dianggap negatif, rasa takut tertinggal bisa justru dapat mendorong investor memulai dan mempelajari investasi digital serta juga meningkatkan pengetahuannya dalam berinvestasi (Hasny & Renadia, 2021). Media sosial berperan penting sebagai ruang penyebaran informasi, tren, serta sarana bagi pengguna untuk membagikan portofolio investasi kepada pengikutnya. Hal ini dapat memengaruhi cara seorang investor dalam menilai dan mengambil keputusan investasi (Ghozi, 2022). Dalam situasi seperti ini, keputusan investasi sering kali terbentuk bukan semata dari pertimbangan rasional, tetapi juga dari dorongan emosional dan tekanan sosial (Firli et al., 2021).

Media sosial merupakan sarana komunikasi yang digunakan pengguna dalam menyebarkan informasi secara real time, sehingga pengaruh sosial yang muncul di dalamnya dapat membentuk pola pikir dan perilaku ekonomi (Kaplan & Haenlein, 2010). Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memudahkan generasi muda untuk mengakses wawasan, karena di platform-platform tersebut berbagai pengalaman, strategi, dan peluang investasi dibagikan secara terbuka (McGinnis et al., 2020), namun juga membuka peluang munculnya bias persepsi dan pengaruh emosional akibat informasi yang tidak selalu akurat. Dengan jangkauan luas dan kecepatan penyebaran konten seperti unggahan, video pendek, maupun siaran langsung (Khotimah Siti, 2024), media sosial memfasilitasi pembelajaran finansial sekaligus meningkatkan risiko keputusan investasi yang dipengaruhi dorongan emosional dan tekanan sosial.

Media sosial berperan penting dalam membentuk perilaku investasi Gen Z, baik sebagai sarana edukasi maupun pemicu FoMO, karena intensitas paparan unggahan tentang keuntungan besar mendorong keputusan impulsif tanpa analisis risiko mendalam. Di sisi lain, konten edukatif seperti panduan investasi dan tips literasi finansial dapat meningkatkan pemahaman dan minat terhadap investasi digital (Aulia & Daulay, 2024). Berbeda halnya dengan konten yang memperlihatkan keuntungan yang berlebihan dapat menimbulkan persepsi tidak seimbang terhadap risiko investasi (Halizah & Putri, 2023). Selain itu, pengaruh influencer dilihat melalui kredibilitas dan komunikasinya yang persuasif, sehingga bisa dijadikan panutan bagi pengikut dalam mengambil keputusan investasi (Sari & Dwilita, 2024). Dengan demikian, media sosial dapat mendorong pembelajaran finansial sekaligus perilaku spekulatif, tergantung pada kualitas konten dan kontrol diri individu.

Financial influencer adalah individu atau kelompok yang memiliki otoritas di bidang keuangan dan menyebarkan konten terkait investasi melalui media sosial (Hayes et al., 2024). Mereka tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi panutan bagi pengikut melalui kontennya yang bersifat edukatif, kemudian kemampuan mereka dalam menganalisis pasar untuk portofolionya, dan dari hasil analisisnya kemudian mereka merekomendasikan koin investasi kepada para pengikutnya. Pengaruh ini signifikan terhadap keputusan investasi Gen Z karena kredibilitas, gaya komunikasinya yang persuasif, dan kemampuannya dalam mengedukasi terkait investasi membuat pengikut lebih mudah meniru perilaku investasi (Wahyu et al., 2024). Rekomendasi influencer dapat memengaruhi keputusan pembelian aset atau koin pada cryptocurrency terutama pada investor muda yang masih belajar memahami investasi (Haase, 2023). Kepercayaan (trust) dan kedekatan emosional antara influencer dan pengikut membuat perilaku yang ditampilkan lebih mudah ditiru, meskipun pengikut belum sepenuhnya memahami risiko yang didapatkan (Umakanth et al., 2024). Popularitas dan

kredibilitas influencer memang meningkatkan minat investasi, namun konten yang terlalu menonjolkan keuntungan besar atau gaya hidup mewah berpotensi membentuk persepsi yang tidak realistis dan mendorong pengambilan keputusan secara impulsif.

Financial influencer memengaruhi perilaku investasi Gen Z dengan menyampaikan informasi, tips, dan strategi investasi secara sederhana sehingga dapat meningkatkan pemahaman dasar mengenai pasar digital dan dapat memperluas literasi investasi sehingga Gen Z tertarik untuk investasi (Rijanto, 2024). Namun, pengaruh ini sangat bergantung pada tingkat literasi dan pemahaman individu terhadap aset investasi, investor dengan literasi kripto yang memadai mampu menilai kredibilitas informasi, memahami risiko volatilitas harga, dan mengevaluasi kelayakan aset sebelum membuat keputusan, sedangkan mereka dengan literasi rendah cenderung fokus pada potensi keuntungan tanpa memahami mekanisme teknis seperti staking, tokenomics, atau risiko penipuan, sehingga lebih rentan pada keputusan investasi impulsif yang dipicu FoMO dan tekanan sosial digital (Amonisa, 2023). Dengan demikian, financial influencer membentuk perilaku investasi generasi muda secara berbeda, tergantung kemampuan individu dalam memilah informasi dan menyeimbangkan dorongan emosional dengan pertimbangan rasional.

Financial influencer dan FoMO memengaruhi perilaku investasi generasi muda, terutama pada aset berisiko tinggi seperti cryptocurrency, karena konten yang menonjolkan profit besar membuat banyak orang mengambil keputusan cepat tanpa memperhitungkan risiko (Bartosiak et al., 2025). Konten influencer yang menekankan peluang profit menciptakan tekanan sosial agar pengikut segera ikut berinvestasi, sehingga mendorong perilaku spekulatif (Fonseca, 2025). Dorongan emosional akibat FoMO mempercepat naik-turunnya harga di pasar yang sangat fluktuatif (Rolando et al., 2024). Literasi kripto membantu investor menilai risiko dan membuat keputusan lebih rasional, sementara yang kurang paham lebih mudah terpengaruh dan mengikuti tren secara impulsif (Jones et al., 2024). Oleh karena itu, pengaruh FoMO dan financial influencer terhadap perilaku investasi generasi muda bergantung pada tingkat literasi keuangan kripto yang dimiliki.

Keputusan investasi merupakan proses rasional yang melibatkan analisis mendalam terhadap instrumen, waktu, dan jumlah dana yang dialokasikan untuk memperoleh keuntungan optimal sesuai tingkat risiko (Taufiq et al., 2023). Namun, di pasar cryptocurrency yang sangat fluktuatif dan spekulatif, banyak investor tidak sepenuhnya bertindak berdasarkan pertimbangan analitis (Lee et al., 2025). Tingginya volatilitas harga dan cepatnya arus informasi menimbulkan tekanan psikologis yang signifikan, sehingga investor cenderung mengandalkan intuisi atau pengaruh sosial daripada analisis rasional (Mulyasari & Risman, 2025). Pemahaman terhadap aset digital juga bergantung pada tingkat literasi keuangan kripto yang dimiliki individu, termasuk kemampuan memahami risiko volatilitas, keamanan penyimpanan, dan regulasi transaksi (Balutel et al., 2023). Investor dengan literasi kripto yang baik mampu menilai risiko secara objektif dan mengambil keputusan investasi rasional, sehingga tidak mudah terbawa arus tren media sosial atau promosi influencer yang menonjolkan keuntungan tinggi tanpa memperhitungkan risikonya.

Hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi cryptocurrency cukup kompleks karena persepsi individu terhadap literasi keuangan sering tidak sesuai dengan kemampuan aktual mereka (Hern et al., 2024). Banyak investor merasa memahami aset kripto, padahal masih rentan terhadap bias perilaku seperti overconfidence, herding, dan FoMO (Panos & Karkkainen, 2020). Sebaliknya, individu dengan literasi keuangan kripto yang baik cenderung mengambil keputusan investasi lebih hati-hati dan memilih sumber informasi

kredibel sebelum berinvestasi (Paulick, 2025). Tingkat literasi kripto menjadi faktor kunci dalam membedakan cara individu menghadapi pengaruh sosial dan tekanan emosional di pasar aset digital. Investor yang memiliki literasi kripto tinggi mampu menyaring informasi, menilai kredibilitas influencer, dan mengidentifikasi risiko setiap aset, sehingga dorongan impulsif akibat FoMO dapat ditekan (El Hajj & Farran, 2024). Sebaliknya, investor dengan literasi rendah lebih mudah terpengaruh peluang keuntungan cepat di media sosial. Literasi keuangan kripto berperan sebagai mekanisme pengendali yang membatasi pengaruh sosial dan emosional dalam pengambilan keputusan, membuat individu lebih analitis dalam menilai informasi dari influencer, bukan sekadar mengikuti opini secara reaktif. Jadi, literasi kripto tidak hanya meningkatkan pemahaman terhadap aset digital, tetapi juga membentuk cara berpikir investor agar mampu menahan tekanan sosial dan bias emosional seperti FoMO. Selain itu, literasi kripto juga berperan sebagai cognitive filter yang membantu investor memilih, menafsirkan, dan menilai validitas informasi sebelum mengambil keputusan investasi.

Dalam penelitian ini, literasi kripto dipahami sebagai pengetahuan tentang aset digital sekaligus kemampuan berpikir rasional, mengendalikan diri, dan menilai risiko secara bijak terhadap pengaruh sosial dan emosional dari FoMO maupun financial influencer. Sebagai variabel moderasi, literasi kripto menentukan sejauh mana pengaruh sosial digital mendorong keputusan investasi yang rasional atau spekulatif. Investor dengan literasi tinggi mampu menahan dorongan spekulatif, menilai risiko secara rasional, dan mengambil keputusan berdasarkan analisis matang. Temuan ini menegaskan bahwa literasi kripto berperan sebagai alat berpikir kritis dan mekanisme adaptif, sekaligus menjadi pedoman bagi lembaga keuangan, regulator, dan platform investasi untuk merancang strategi edukasi yang mendorong keputusan investasi cerdas dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subjek penelitian mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura angkatan 2022–2025. Populasi berjumlah 15.483 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu seperti responden ber usia 17–25 tahun, memiliki akun investasi cryptocurrency, dan pernah melakukan minimal satu transaksi. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup berskala Likert yang disebarakan secara daring untuk mengukur FoMO, financial influencer, literasi kripto, dan keputusan investasi cryptocurrency. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan menghasilkan 100 responden. Data dianalisis menggunakan Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4.1.1.5. Analisis meliputi evaluasi outer model mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas, serta evaluasi inner model melalui R-Square, F-Square, koefisien jalur, model fit (SRMR), dan predictive relevance (Q^2). Seluruh prosedur digunakan untuk menilai kelayakan model dan menguji hubungan antarvariabel, termasuk peran literasi kripto sebagai variabel moderasi.

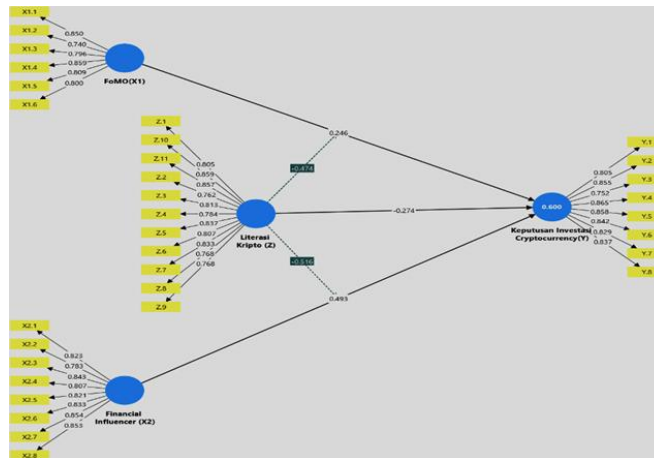
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

a) Convergent Validity

Berdasarkan gambar dibawah ini, dapat dilihat bahwa keseluruhan indikator memiliki

nilai loading factor $>0,70$ sehingga indikator tersebut valid serta mampu dilakukan analisis selanjutnya.



Gambar 1. Uji Measurement Model
Sumber: Output SmartPLS 4, data diolah (2025)

Tabel 1. Average Variance Extracted

Variabel	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
X1	0,656
X2	0,684
Y	0,691
Z	0,655

Berdasarkan tabel di atas, seluruh nilai AVE berada $> 0,50$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator telah mampu merefleksikan konstruk yang diukur secara memadai

b) Discriminant Validity

Tabel 2. Fornell-Larcker

	X1	X2	Y	Z
X1	0,810			
X2	0,158	0,827		
Y	0,213	0,264	0,831	
Z	-0,117	-0,222	-0,357	0,809

Hasil uji Fornell-Larcker menunjukkan bahwa akar kuadrat AVE tiap konstruk lebih tinggi daripada korelasi antar konstruk, sehingga seluruh variabel memenuhi validitas diskriminan dan terbukti saling berbeda secara jelas.

c) Reliabilitas Konstruk

Tabel 3. Reliabilitas Konstruk

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	Keterangan
X1	0,899	0,925	Reliabel
X2	0,935	0,953	Reliabel
Y	0,936	0,947	Reliabel
Z	0,947	0,960	Reliabel

Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70, sehingga seluruh konstruk dinyatakan reliabel. Indikator pada tiap variabel juga konsisten dalam melakukan pengukuran, sehingga layak digunakan untuk analisis

selanjutnya.

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

a) R-Square (R^2)

Tabel 4. R-Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Y	0,600	0,579

Nilai R^2 sebesar 0,600 menunjukkan bahwa model berada pada kategori moderat, sesuai ketentuan bahwa $R^2 = 0,75$ (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah). Artinya, FoMO, financial influencer, dan literasi kripto mampu menjelaskan 60% variasi keputusan investasi cryptocurrency, sedangkan 40% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian

b) Effect size (F^2)

Uji effect size (f^2) mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen. Nilainya dikategorikan kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar ($\geq 0,35$), semakin tinggi f^2 , semakin kuat pengaruhnya

Tabel 5. Effect size

Variabel	F-Square	Keterangan
X1 -> Y	0,140	Kecil
X2 -> Y	0,396	Besar
Z -> Y	0,175	Sedang
Z x X1 -> Y	0,401	Besar
Z x X2 -> Y	0,393	Besar

c) Predictive Relevance (Q Square)

Tabel 6. Predictive Relevance

Variabel	Q^2 predict	Keterangan
Y	0,520	Model memiliki prediksi baik

Uji predictive relevance (Q^2) digunakan untuk menilai kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen, dengan ketentuan bahwa nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan prediksi yang baik. Nilai Q^2 pada variabel keputusan investasi cryptocurrency sebesar 0,520, sehingga model dinilai memiliki kemampuan prediksi yang baik.

a) Uji Model Fit

SRMR digunakan untuk menilai kecocokan model, dengan nilai $< 0,08$ menunjukkan good fit. Hasil penelitian memenuhi kriteria tersebut.

Tabel 7. Uji Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0,066	0,067

Nilai SRMR 0,066 untuk saturated model dan 0,067 untuk estimated model kurang dari 0,08 sehingga model fit dan layak untuk uji hipotesis.

b) Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) / Uji Hipotesis

Path coefficient menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh antarvariabel laten. Uji signifikansi dengan bootstrapping menggunakan t-statistic $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$.

Tabel 8. Path Coefficient

Variabel	Original sample (O)	P values	Hasil
X1 -> Y	0,246	0,029	Diterima

Variabel	Original sample (O)	P values	Hasil
X2 -> Y	0,493	0,000	Diterima
Z -> Y	-0,274	0,019	Ditolak
Z x X1 -> Y	-0,474	0,000	Diterima
Z x X2 -> Y	-0,516	0,000	Diterima

Pembahasan

1) Pengaruh FoMO terhadap Keputusan Investasi *Cryptocurrency*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z, dengan nilai koefisien sebesar 0,246 dan p-value 0,029 ($<0,05$). Artinya, semakin tinggi tingkat FoMO, semakin besar kecenderungan individu untuk berinvestasi. Hasil ini sejalan dengan (Prasad, 2025) dan (Gerrans et al., 2023) yang menjelaskan bahwa rasa takut tertinggal mendorong individu mengambil keputusan investasi secara impulsif karena dorongan sosial dan tren pasar. Namun, FoMO tergolong paling rendah dibandingkan variabel lain, yang menunjukkan bahwa Generasi Z tidak sepenuhnya digerakkan oleh emosi, melainkan juga mempertimbangkan aspek rasional seperti literasi dan pengaruh sosial sebelum berinvestasi.

2) Pengaruh *Financial Influencer* terhadap Keputusan Investasi *Cryptocurrency*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z, dengan nilai koefisien sebesar 0,493 dan p-value 0,000 ($<0,05$). Artinya, semakin besar pengaruh influencer, semakin tinggi kecenderungan individu untuk berinvestasi. Hasil ini sejalan dengan Merkley et al., (2024) dan Vlahavas & Vakali, (2024) yang menyebutkan bahwa rekomendasi *influencer* mampu memicu respon cepat investor, terutama pemula, karena informasi yang menarik dan kredibilitas yang baik dapat meningkatkan kepercayaan tanpa analisis mendalam.

3) Pengaruh Literasi Kripto terhadap Keputusan Investasi *Cryptocurrency*

Literasi kripto berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z, dengan nilai koefisien sebesar -0,274 dan p-value 0,019 ($<0,05$). Artinya, semakin tinggi pemahaman seseorang tentang aset kripto, semakin kecil kecenderungan mereka untuk berinvestasi secara impulsif. Individu dengan literasi tinggi cenderung lebih berhati-hati karena memahami risiko volatilitas, manipulasi pasar, dan isu keamanan aset digital. Namun, pengaruh negatif signifikan ini bukan berarti mereka tidak berinvestasi sama sekali, melainkan mereka berinvestasi dengan lebih selektif dan rasional. Investor dengan literasi tinggi biasanya memilih aset yang memiliki reputasi dan fundamental kuat seperti Bitcoin atau Ethereum, bukan koin spekulatif yang berisiko tinggi. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Chofifah et al., 2023) yang menunjukkan bahwa literasi tinggi menumbuhkan sikap kehati-hatian terhadap investasi berisiko tinggi. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, literasi kripto memengaruhi sikap dan kontrol perilaku, di mana pemahaman yang baik membuat individu lebih rasional dalam menilai peluang dan risiko. Dengan demikian, literasi kripto dalam konteks ini berperan sebagai bentuk kesadaran rasional yang menahan individu dari keputusan investasi impulsif, sekaligus mendorong pilihan investasi yang lebih aman dan terukur.

4) Literasi Kripto Memoderasi FoMO Terhadap Keputusan Investasi *Cryptocurrency*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi kripto memoderasi pengaruh FoMO

terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* secara negatif dan signifikan, dengan nilai koefisien -0,474 dan p-value 0,000 ($<0,05$). Artinya, semakin tinggi tingkat literasi kripto, semakin lemah pengaruh FoMO terhadap keputusan investasi. Individu dengan literasi tinggi cenderung lebih rasional, berhati-hati, dan tidak mudah terbawa euforia pasar karena memahami risiko volatilitas aset digital. Temuan ini sejalan dengan Li et al (2025), Wahyu et al., (2024), dan Saputri et al., (2023), yang menunjukkan literasi mampu menekan pengaruh emosional FoMO. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, literasi kripto memperkuat *perceived behavioral control*, sehingga individu mampu mengendalikan dorongan emosional dan membuat keputusan investasi yang lebih rasional dan terukur.

5) Literasi Kripto Memoderasi *Financial Influencer* Terhadap Keputusan Investasi *Cryptocurrency*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi kripto memoderasi pengaruh *financial influencer* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* secara negatif dan signifikan, dengan nilai koefisien -0,516 dan p-value 0,000 ($<0,05$). Artinya, semakin tinggi literasi kripto, semakin kecil pengaruh konten *influencer* terhadap keputusan investasi. Individu dengan literasi tinggi lebih kritis dan berhati-hati dalam menanggapi rekomendasi investasi karena memahami risiko dan mampu menilai kredibilitas informasi. Temuan ini sejalan dengan (Lientang, 2024) dan (Jumiyani et al., 2024) yang menunjukkan literasi kripto dapat memperlemah pengaruh *influencer*. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, literasi memperkuat *perceived behavioral control*, sehingga keputusan investasi menjadi lebih rasional, mandiri, dan berorientasi jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian berjudul “Pengaruh FoMO dan Financial Influencer di Media Sosial terhadap Keputusan Investasi *Cryptocurrency* Generasi Z dengan Literasi Kripto sebagai Variabel Moderasi”, dapat disimpulkan FoMO dan financial influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z, meskipun pengaruh FoMO relatif lebih rendah. Financial influencer mampu membentuk persepsi dan kepercayaan melalui konten di media sosial sehingga mendorong tindakan investasi, sementara FoMO mendorong investasi impulsif karena rasa takut tertinggal. Sebaliknya, literasi kripto berpengaruh negatif dan signifikan, membuat individu lebih berhati-hati, selektif, dan cenderung memilih aset yang lebih aman seperti Bitcoin atau Ethereum. Selain itu, literasi kripto memoderasi pengaruh FoMO dan influencer secara negatif, sehingga semakin tinggi literasi, semakin kecil pengaruh emosi dan opini publik terhadap keputusan investasi. Secara keseluruhan, keputusan investasi Generasi Z dipengaruhi kombinasi faktor emosional, sosial, dan kognitif, dengan literasi kripto berperan penting dalam menjadikan keputusan lebih rasional, hati-hati, dan bijak.

REFERENSI

- Amonisa, S. R. (2023). *Pengaruh Influencer Keuangan , Literasi Keuangan*. 2(3), 492–501.
- Anggiani, L. W., Rudi, K., Laksmiana, I., & Ardani, W. (2025). *Investment in the Digital Era : The Influence of Digital Social Influence and Behavioral Finance on Generation Z ' s Investment Decisions*. 4(9), 4709–4716.
- Arshad, S., Hong, T., Vu, N., Warn, T. S., & Ying, L. M. (2023). *The Hedging Ability Of Gold , Silver And Bitcoin Against Inflation In Asean Countries*. 19(1), 121–153.
- Aulia, M., & Daulay, A. (2024). *The influence of social media , digitalization , and financial literacy on generation Z ' s investment decision*. 7(1), 1–14.

- Balutel, D., Engert, W., Henry, C., Huynh, K. P., Rusu, D., & Voia, M. C. (2023). Crypto and financial literacy of cryptoasset owners versus non-owners: The role of gender differences. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, 1(3), 514-540. <https://doi.org/10.1017/flw.2024.2>
- Bappeti (2024). <https://www.antaranews.com/berita/4561078/bappebti-transaksi-aset-kripto-di-indonesia-capai-rp55653-triliun>
- Bartosiak, A., Lee, J. E., & Loibl, C. (2025). Fear of missing out , social media influencers , and the social , psychological and financial wellbeing of young consumers. 1-22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0319034>
- 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>
- Chofifah, A. L., Ibrahim, M. W., Manajemen, P. S., Magelang, U. M., Magelang, K., Tengah, J., Manajemen, P. S., Magelang, U. M., Magelang, K., Tengah, J., Manajemen, P. S., Magelang, U. M., Magelang, K., & Tengah, J. (2023). The effect of financial literacy, financial behavior, and perceived risk on investment decisions.
- Dewi, P. P., & Apriyati, M. Y. (2023). Analisis Keputusan Investasi Generasi Z. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 22(1), 72-84. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i1.365>
- El Hajj, M., & Farran, I. (2024). The Cryptocurrencies in Emerging Markets: Enhancing Financial Inclusion and Economic Empowerment. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(10). <https://doi.org/10.3390/jrfm17100467>
- Firli, A., Khairunnisa, S., & Rahadian, D. (2021). *Jurnal Manajemen Indonesia The Influence of Financial Stressors , Financial Behavior , Risk Tolerance , Financial Solvency , And Financial Knowledge on Financial Satisfaction of Working Age Population*. 21(3), 228-237.
- Fonseca. (2025). GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis. *Jurnal Bisnis*, 05(03), 133-149.
- Gerrans, P., Abisekaraj, S. B., & Liu, Z. F. (2023). The fear of missing out on cryptocurrency and stock investments : Direct and indirect effects of financial literacy and risk tolerance. 103-137. <https://doi.org/10.1017/flw.2023.6>
- Ghozi, F. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Referensi Investasi Digital Generasi Muda Dengan Regresi Linear Berganda. 4(1), 1-10.
- Haase, F. (2023). AIS Electronic Library (AISel) Finfluencers : Opinion Makers Or Opinion Followers ? Finfluencers : Opinion Makers Or Opinion Followers ?
- Halizah, N., & Putri, S. (2023). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Peran Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Investasi Generasi Z : Perspektif Persepsi Risiko di Kota Blitar*. 5(4), 433-444.
- Hardiyano Nugroho, W. R. (2023). *Financial Technology In The New Era: Cryptocurrency* (Issue February).
- Hasan, A., Alam, S., Habib, S., & Khan, M. A. (2024). Analysis of factors affecting investors ' decision towards cryptocurrency investments in Saudia Arabia : A moderating role of fear of missing out Analysis of factors affecting investors ' decision towards cryptocurrency investments in Saudia Arabia : A mo. September. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i9.6419>
- Hasny, F. A., & Renadia, S. H. (2021). Eksplorasi Konsep Diri para Pengguna TikTok dalam Memenuhi Social Needs pada Uses and Gratification Theory. 2, 114-127.
- Hayes, A. S., Ben-shmuel, A. T., Hayes, A. S., & Ben-shmuel, A. T. (2024). Under the finfluence : Financial influencers , economic meaning-making and the financialization of digital life Under the finfluence : Financial influencers , economic meaning-making and the financialization of digital life. *Economy and Society*, 53(3), 478-503.

<https://doi.org/10.1080/03085147.2024.2381980>

- Hern, C. Z., Zakaria, N., Sulaiman, A., Min, F. S., & Kamaludin, K. (2024). Adoption of Cryptocurrencies as a Means of Exchange. *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 3451–3467. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4478>
- Indah, 2024 (2024). https://investor.id/market/378152/generasi-z-dan-milenial-dominasi-investasi-kripto-indonesia#goog_rewarded
- Jones, M., Luu, T. J., Samuel, B., Samuel, B. M., & Ph, D. (2024). *Pr ep pe er r ev Pr ep rin t n ot pe er*.
- Jumiyani, Wibowo, E., & Indriastuti, R. (2024). Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, dan Influencer Sosial Media terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(3), 451–470.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world , unite ! The challenges and opportunities of Social Media*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khakzadian. (2025). Explaining the Influence of Local and Cultural Characteristics of Mazandaran Province on the Emergence and Continuity of Hybrid Entrepreneurship. *Journal of Value Creating in Business Management*, 5(2), 1–20.
- Khana, L., Irti, A., & Amir, A. (2025). *Social Media , Influencers and FOMO : Key Drivers of Generation Z ' s Cryptocurrency Investment Behavior*. 6(6), 3190–3200.
- Khotimah Siti, T. A. (2024). *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*. 4(2).
- Lee, C., Ngo, H., Sunani, A., & Khan, A. Z. (2025). *An Analysis of the Determinants Behind the Investment Changing Perception from Gold to Cryptocurrency among Vietnamese Investors*. 15(5), 63–77.
- Lestari, N. P., & Ramadhani, A. (2024). *Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi di Kalangan Mahasiswa*. 3.
- Li, Y., Delfabbro, P., & King, D. (2025). Investigating the Role of Regret , FOMO and Financial Literacy in Cryptocurrency Speculation Factors Related to Risky Trading : Risk and Protective Factors. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s11469-025-01555-6>
- Lientang, W. (2024). *bismar,###default.groups.name.manager##,+3.+Artikel+Lientang+(edit).pdf*.
- McGinnis, G., Harvey, M., & Young, T. (2020). Indigenous Knowledge Sharing in Northern Australia: Engaging Digital Technology for Cultural Interpretation. *Tourism Planning and Development*, 17(1), 96–125. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1704855>
- Merkley, K. J., Pacelli, J., Piorkowski, M., & Williams, B. (2024). Crypto-influencers. *Review of Accounting Studies*, 29(3), 2254–2297. <https://doi.org/10.1007/s11142-024-09838-4>
- Mulyasari, R., & Risman, A. (2025). *Pengaruh Bias Heuristik , Perilaku Herding , Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi : Studi Empiris Pada Investor Muda*. June. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19372.37761>
- Nakamoto. (2008). RAIN: A Bio-Inspired Communication and Data Storage Infrastructure. *Artificial Life*, 23(4), 552–557. https://doi.org/10.1162/ARTL_a_00247
- Nuringtyas, M. R. (2023). *The Influence Of Financial Literacy And Financial Technology On Student Financial Behavior In Yogyakarta*. 03(04), 919–925.
- Panos, G. A., & Karkkainen, T. (2020). Financial Literacy and Attitudes to Cryptocurrencies. *SSRN Electronic Journal*, November. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3482083>
- Paulick, L. (2025). *Improving the digital financial literacy of crypto-asset users*. September, 1–10.
- Phuong Do, H. (2024). *Influence of Financial Literacy on Financial Well-Being : A Case of*. 30(9), 1–

15.

- Prasad, C. S. (2025). Cryptocurrency Investment Adoption Intentions of Indian Investors : Mediating and Moderating Effects of Fear of Missing Out (FOMO): A Gen Z and Millennials Prospective. *Journals.Sagepub.Com/Home*.
<https://doi.org/10.1177/09722629251326762>
- Prawitasari, D., Kadarningsih, A., & Ahmad, M. (2025). *Financial Behavior of Gen Z Students : Digital Lifestyle , FoMo , and Financial Literacy*. 23(3), 475–487.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v23i3.12359>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Computers in Human Behavior 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>
- Ratnawati, K., Desty Nurmasari, N., & Brawijaya, U. (2024). Revealing the Crypto Case: How Personality Traits and Fomo Drive Investor Behavior in Cryptocurrency Adoption. *4th International Conference of Humanities and Social Science*, 4(October), 420–430.
- Rijanto, B. P. (2024). *Financial technology , social media influencers , and experience of cryptocurrency investment decisions : Financial literacy ' s role* Teknologi keuangan , influencer media sosial , dan pengalaman keputusan investasi cryptocurrency : Peran literasi keuangan. 23, 201–216.
- Rolando, B., Izmuddin, I., Bangsa, U. D., Airlangga, U., Timur, J., Padang, U. T., Barat, S., Islam, U., Sjech, N., Djambek, M. D., Barat, J., & Digital, E. (2024). Memahami Nilai Tukar Kripto dalam Ekonomi Digital: Pendekatan Investasi di Masa Kini. 1(6), 560–571.
- Russo netzer, H. L. P. (2024). *Exploring the lived experience and coping strategies of Fear of Missing Out (FoMO) among emerging adults*. 32665–32685.
- Sajidin, S. (2021). *Legalitas penggunaan*. 245–267.
- 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. *Owner*, 7(3), 2590–2597. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1619>
- Sari, P., & Dwilita, H. (2024). The Role of Financial Influencers on Social Media in Shaping People's Financial Literacy. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 4(2), 5. <https://doi.org/10.53697/emba.v4i2.2271>
- Sihombing, S., Nasution, M. R., Sadalia, I., & Utara, U. S. (2021). *Analisis Fundamental Cryptocurrency terhadap Fluktuasi Harga : Studi Kasus Tahun 2019-2020 (Cryptocurrency Fundamental Analysis of Price Fluctuations : A Case Study*. 2(3), 213–224.
- Sinaga, A. J. N., & Usman, O. (2025). *Influence of FOMO , Information , and Influencers on Crypto Investment Decisions*. 2001–2018.
- Sunandes, A., & Meifilina, A. (2024). Analisis Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi dengan Moderasi Kemajuan Teknologi pada Generasi Z. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 9(1), 109–119.
- Taufiq, Z., Purwanto, S., & Manajemen, P. S. (2023). *JURNAL EKONOMI , MANAJEMEN , BISNIS DAN SOSIAL Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Pada Generasi Z*. 3, 602–610.
- Tedianta, S., & Purwaningrum, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Fear OF Missing Out (FOMO) Terhadap Minat Investasi Cryptocurrency Bagi Gen Z Di Jakarta Selatan. *In Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 3, 2880-943X.
- Umakanth, S., Kochar, R., Gandhi, H. D., Charan, G., Jain, M., & Jain, R. R. (2024). *Analysis on Impact of Financial Influencers on Gen Z Investing in India*. 6(2), 1–18.
- Vlahavas, G., & Vakali, A. (2024). *Dynamics between Bitcoin Market Trends and Social Media Activity*. 349–378.

- Wahyu, N., Martaningrat, S., & Kurniawan, Y. (2024). *The Impact of Financial Influencers , Social Influencers , and FOMO Economy on the Decision-Making of Investment on Millennial Generation and Gen Z of Indonesia*. 6798, 1319–1335.
- Yermack, D. (2017). Corporate governance and blockchains. *Review of Finance*, 21(1), 7–31. <https://doi.org/10.1093/rof/rfw074>
- Yusmini, N. M., Tresna Dewi, N. P. Y., & Rahmadewi, N. G. A. P. (2023). Analisis Pengaruh Edukasi Pasar Modal Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Pada Generasi Millenial Di Provinsi Bali (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mahendradatta). *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 39–44. <https://doi.org/10.33366/ref.v11i1.4445>

Copyright holder:

© Author

First publication right:

Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:

CC-BY-SA