

**RELIGIOSITAS, FEAR OF MISSING OUT (FOMO), DAN KEARIFAN LOKAL  
SEBAGAI FAKTOR DALAM KEPUTUSAN INVESTASI PROPERTI  
GENERASI MILENIAL MUSLIM DI WILAYAH KALIMANTAN BARAT**

***RELIGIOSITY, FEAR OF MISSING OUT (FOMO), AND LOCAL WISDOM AS  
FACTORS IN PROPERTY INVESTMENT DECISIONS OF MUSLIM  
MILLENNIALS IN WEST KALIMANTAN***

**Rahmah Yulisa Kalbarini<sup>1</sup>, Nur Atiqah<sup>2</sup>, Muhammad Royhan<sup>3</sup>,  
Muhammad Thoriq Fauzan<sup>4</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pontianak  
E-mail: rahmahuylisakalbarini@iainpdk.ac.id<sup>1</sup>, nur\_atiqah@iainpdk.ac.id<sup>2</sup>,  
mhmmdryhnz01@gmail.com<sup>3</sup>, muhammadthoriq798@gmail.com<sup>4</sup>

**ABSTRACT**

*Property investment decisions among Muslim millennials in West Kalimantan are influenced by various factors, including religiosity, fear of missing out (FOMO), and local wisdom. This study aims to analyze how these three factors influence property investment decisions among Muslim millennials. Religiosity can play a role in shaping preferences for investments based on Sharia principles, while FOMO can motivate individuals to invest due to social pressures and market trends. Local wisdom can also be a key factor in determining the location and type of property chosen. This study applies a quantitative approach. Primary data was obtained by distributing questionnaires to Muslim millennials in West Kalimantan. The obtained primary data were then processed using SEM PLS. The results showed a significant positive effect between religiosity on property investment decisions. However, there was no effect between FOMO and local wisdom on property investment decisions. This is because there are other influencing factors such as rationality, functional aspects, and fundamental analysis in property investment decisions among Muslim millennials in West Kalimantan.*

**Keywords:** Religiosity, FOMO, Local Wisdom, Investment Decisions, Property, Muslim Millennials.

**ABSTRAK**

Keputusan investasi properti pada generasi milenial Muslim di wilayah Kalimantan Barat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk religiusitas, fear of missing out (FOMO), dan kearifan lokal. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi keputusan investasi properti di kalangan generasi milenial Muslim. Religiusitas dapat berperan dalam membentuk preferensi terhadap investasi berdasarkan prinsip syariah, sementara FOMO dapat memotivasi individu untuk berinvestasi karena dorongan sosial dan tren pasar. Kearifan lokal juga dapat menjadi faktor kunci dalam menentukan lokasi dan jenis properti yang dipilih. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Data primer didapatkan dengan cara penyebaran angket kepada milenial muslim di Kalimantan Barat. Data primer yang didapat kemudian diolah menggunakan SEM PLS. Hasil penelitian yang didapat Adalah adanya pengaruh positif signifikan antara Religiusitas terhadap Keputusan investasi properti. Namun tidak terdapat pengaruh antara FOMO dan Kearifan Lokal terhadap Keputusan investasi property. Hal ini

dikarenakan terdapat faktor lain yang mempengaruhi seperti aspek rasionalitas, fungsional dan analisis fundamental dalam Keputusan investasi property dikalangan milenial muslim di Kalimantan Barat.

**Kata Kunci:** Religiusitas, FOMO, Kearifan Lokal, Keputusan Investasi, Properti, Milenial Muslim.

## PENDAHULUAN

Perencanaan keuangan pribadi adalah proses menentukan langkah-langkah finansial secara mandiri tanpa melibatkan pihak lain, dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidup melalui pengelolaan keuangan yang cermat dan bijaksana. Salah satu aspek dalam perencanaan keuangan ini adalah menyisihkan sebagian dana untuk investasi. Secara umum, masyarakat lebih cenderung mengalokasikan dana ke tabungan dibandingkan investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Andreas Christian (2018), yang mengungkap bahwa instrumen investasi yang paling diminati di Indonesia adalah emas, diikuti oleh deposito (37%), properti (30%), reksadana (22%), dan saham (17%). Preferensi tersebut mencerminkan karakter masyarakat Indonesia yang cenderung menghindari risiko, di mana tingkat toleransi terhadap risiko berperan penting dalam pengambilan keputusan investasi (Wulandari & Iramanani, 2014).

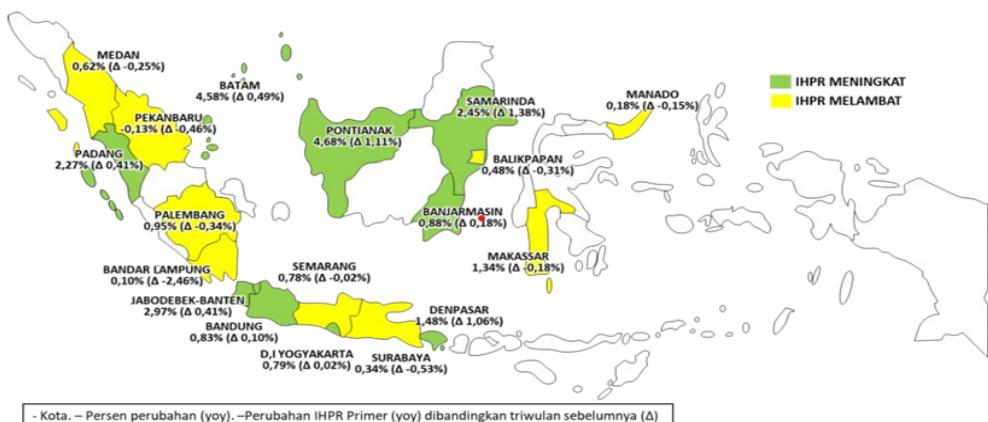
Hasil Survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia pada triwulan I 2024 menunjukkan adanya tren peningkatan harga properti residensial di pasar primer. Indikasi tersebut tercermin dari kenaikan Indeks Harga Properti Residensial (IHPR) yang tumbuh sebesar 1,89 persen secara tahunan (yoy), lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan pada triwulan sebelumnya yang tercatat sebesar 1,74 persen (yoy). Kenaikan ini terutama didorong oleh peningkatan harga pada properti tipe kecil yang

mengalami lonjakan sebesar 2,41 persen (yoy), melanjutkan tren kenaikan dari triwulan IV 2023 yang mencapai 2,15 persen (yoy). Sementara itu, meskipun masih menunjukkan peningkatan, harga rumah tipe menengah dan besar mengalami pertumbuhan yang lebih moderat dengan kenaikan masing-masing sebesar 1,60 persen (yoy) dan 1,53 persen (yoy).

Dari perspektif geografis, dinamika harga properti residensial menunjukkan variasi yang signifikan di berbagai kota yang diamati. Dari total 18 kota yang menjadi objek survei, sembilan kota mencatatkan kenaikan IHPR, delapan kota mengalami perlambatan, dan satu kota tercatat mengalami penurunan harga properti residensial. Kenaikan harga rumah tertinggi pada triwulan I 2024 terjadi di Kota Pontianak dengan peningkatan sebesar 4,68 persen (yoy), diikuti oleh Kota Samarinda yang mencatatkan kenaikan sebesar 2,45 persen (yoy), serta Kota Denpasar yang mengalami pertumbuhan sebesar 1,48 persen (yoy). Di sisi lain, perlambatan pertumbuhan harga rumah terlihat di beberapa kota, di antaranya Bandar Lampung yang hanya tumbuh 0,10 persen (yoy), Surabaya sebesar 0,34 persen (yoy), dan Balikpapan yang mengalami perlambatan pertumbuhan sebesar 0,48 persen (yoy). Sementara itu, Kota Pekanbaru menjadi satu-satunya kota yang mengalami kontraksi harga properti residensial dengan penurunan sebesar 0,13 persen (yoy).

Grafik 5

Kenaikan Harga Properti Residensial Triwulan I 2024 Secara Tahunan per Wilayah (%, yoy)

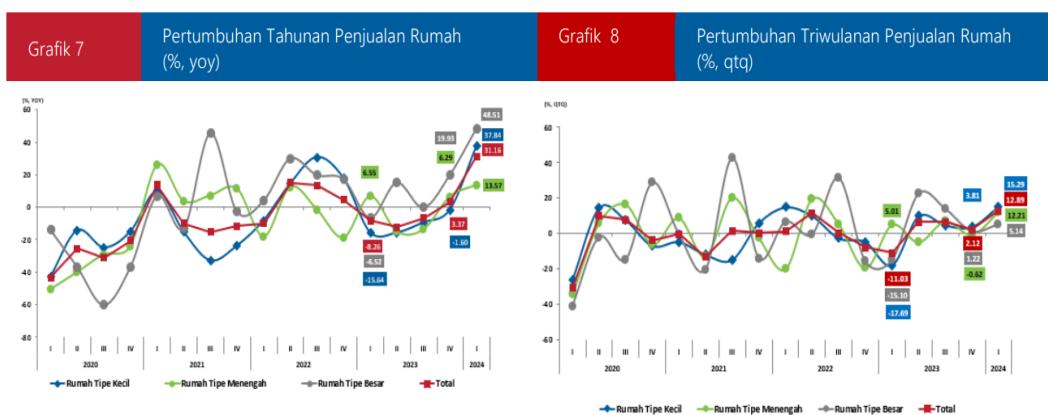


**Gambar 1.** Kenaikan Harga Properti  
Sumber: Bank Indonesia, triwulan I 2024

Investasi properti di wilayah Kalimantan Barat mengalami pertumbuhan (4,68 persen, yoy), terutama didorong oleh beberapa faktor utama yaitu adanya pembangunan infrastruktur seperti jalan tol, pelabuhan, dan bandara semakin berkembang, sehingga meningkatkan konektivitas dan aksesibilitas ke daerah ini. Selanjutnya karena adanya dukungan pemerintah & IKN yang membawa dampak positif bagi provinsi tetangganya, termasuk Kalimantan Barat, pemerintah mendorong pertumbuhan investasi di sektor properti dan industri untuk mengakomodasi pertumbuhan ekonomi daerah. Berikutnya dari adanya peningkatan destinasi wisata seperti Singkawang, Danau Sentarum, dan Taman Nasional Betung Kerihun menarik minat investor untuk membangun hotel, resort, dan villa. Terakhir diakrenakan tingginya permintaan hunian salah satunya di kota

Pontianak dan Singkawang yang menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan bisnis, menyebabkan permintaan perumahan meningkat, sehingga banyak pengembang properti mulai membangun perumahan berskala besar, apartemen, serta kawasan komersial.

Pada Triwulan I 2024, Kenaikan harga properti residensial dipengaruhi oleh meningkatnya permintaan, yang tercermin dari lonjakan penjualan rumah selama periode tersebut. Penjualan properti residensial di pasar primer pada triwulan I 2024 menunjukkan pertumbuhan secara tahunan. Secara spesifik, penjualan properti residensial pada triwulan I 2024 mengalami peningkatan signifikan sebesar 31,16 persen (yoy), jauh lebih tinggi dibandingkan triwulan sebelumnya yang hanya mencapai 3,37 persen (yoy), sebagaimana ditampilkan dalam Gambar 2 Penjualan.



**Gambar 2. Penjualan**  
Sumber: Bank Indonesia, triwulan I 2024

Investasi di sektor properti tetap menjadi pilihan menarik dan terus mengalami pertumbuhan seiring dengan perkembangan zaman. Jenis investasi ini diminati oleh berbagai generasi, termasuk generasi muda. Generasi Milenial dan Gen Z mulai menunjukkan minat yang semakin besar terhadap kepemilikan rumah. Meskipun banyak dari mereka belum mencapai kestabilan finansial, keinginan untuk memiliki hunian sudah mulai terbentuk.

Hasil pengamatan yang dilakukan oleh beberapa perusahaan *real estate* membuktikan adanya minat yang tinggi pada generasi muda, khususnya Milenial dan Gen Z terhadap kepemilikan rumah. Preferensi mereka terhadap properti menunjukkan pola yang cukup beragam, dengan sebagian besar memilih rumah dalam kisaran harga Rp 1.000.000.000 - Rp 3.000.000.000. Berdasarkan survei yang dilakukan pada semester pertama tahun 2023, sebanyak 36,3 persen Milenial dan 34,2 persen Gen Z lebih tertarik pada rumah dengan rentang harga tersebut.

Selain itu, kelompok yang memilih rumah dengan harga lebih terjangkau juga cukup signifikan. Sekitar 31,7 persen Milenial dan 30 persen Gen Z lebih menyukai properti dalam rentang harga Rp 400 juta hingga Rp 1 miliar,

yang mencerminkan kebutuhan akan hunian yang masih relatif terjangkau di tengah meningkatnya harga properti. Sementara itu, segmen yang memilih properti dengan harga di bawah Rp 400 juta juga tidak bisa diabaikan, dengan 28,3 persen Gen Z dan 24,6 persen Milenial menunjukkan ketertarikan terhadap kategori ini.

Tren ini mencerminkan bahwa generasi muda cenderung mencari hunian yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal tetapi juga sebagai investasi jangka panjang.

Head of Research 99 Group Indonesia, Marisa Jaya, menyatakan bahwa Gen Z dan Milenial berpotensi menjadi pasar utama dalam sektor properti. Hal ini didukung oleh meningkatnya jumlah pembelian rumah yang dilakukan oleh generasi muda selama semester pertama tahun 2023. Tren ini menjadi indikasi bahwa kedua generasi tersebut akan berperan penting dalam pertumbuhan pasar properti di masa mendatang.

Generasi milenial semakin menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya memulai investasi properti sejak dulu. Keputusan untuk melakukan investasi properti pada usia muda memberikan keuntungan berupa waktu yang cukup untuk mempelajari

dan memahami dinamika sektor properti secara mendalam. investasi properti membutuhkan keterampilan dan strategi yang tepat untuk dapat sukses dan menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, melalui proses pembelajaran yang berkelanjutan, generasi ini dapat mengembangkan strategi investasi yang lebih matang, sehingga mampu menghadapi tantangan dalam dunia investasi properti pada masa mendatang.

Investasi properti memiliki karakteristik fleksibilitas yang tinggi, yang memungkinkan generasi milenial untuk menentukan sendiri pendekatan dalam mengelola investasi. Milenial memiliki kebebasan untuk memilih jenis properti yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi, seperti properti residensial, komersial, atau bahkan properti liburan seperti vila. Fleksibilitas ini memberikan peluang untuk menyesuaikan pilihan investasi dengan minat pribadi dan gaya hidup, termasuk dalam hal desain, lokasi, atau nilai estetika properti. Dengan demikian, investasi properti dapat berfungsi tidak hanya sebagai alat pengelolaan keuangan, tetapi juga sebagai media untuk merealisasikan kreativitas serta aspirasi pribadi.

Alasan utama yang menarik perhatian milenial terhadap investasi properti adalah potensi pertumbuhan nilai aset yang signifikan. Secara historis, properti dikenal sebagai aset yang nilainya cenderung meningkat dari waktu ke waktu. Keunggulan ini memberikan keuntungan finansial berupa *capital gain* yang menarik bagi investor. Selain itu, properti juga dapat menjadi sumber pendapatan pasif melalui mekanisme penyewaan, yang memungkinkan investor untuk memperoleh aliran pendapatan stabil sambil mempertahankan nilai asetnya. Dengan memulai investasi properti sejak usia muda, milenial memiliki peluang

besar untuk mengumpulkan aset berharga yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan di masa depan, seperti pendidikan, liburan, hingga mencapai kebebasan finansial.

Selain keuntungan personal, investasi properti juga memberikan akses ke pasar dengan potensi pertumbuhan yang signifikan. Permintaan akan properti di Indonesia terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi, urbanisasi, dan perubahan gaya hidup masyarakat. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa sektor properti masih memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Dengan peluang pasar yang luas tersebut, investasi properti menjadi salah satu pilihan strategis bagi generasi milenial untuk membangun portofolio aset yang kuat dan berkelanjutan.

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa investasi properti merupakan langkah strategis bagi generasi milenial. Selain memberikan manfaat finansial jangka panjang, investasi ini juga memungkinkan pengembangan kreativitas dan aspirasi pribadi, serta menawarkan peluang besar di pasar properti yang terus berkembang di Indonesia.

Beberapa studi telah menunjukkan bahwa keputusan investasi properti ditentukan oleh beberapa hal antara lain manfaat finansial yang dirasakan, persepsi terhadap nilai produk atau properti, kedekatan dengan pengembangan utama, dan branding Perusahaan (Maoludyo & Aprianianigsih, 2015), literasi keuangan dan pendapatan (Hapsari et al., 2024), informasi akuntansi keuangan dan pendanaan syariah (Kusuma & Jayanti, 2024). Selain itu, keputusan investasi investor dipengaruhi juga oleh nilai properti yang dirasakan (Adepoju & H,

2022), dan toleransi risiko (Mandagie et al., 2020).

Pada Penelitian ini, peneliti berupaya mengembangkan penelitian yang sudah ada dengan pengembangan variabel baru yang berupa religiusitas, *Fear of Missing Out* (FOMO), kearifan lokal yang menarik untuk diteliti hubungannya dengan keputusan investasi bagi generasi milenial muslim di wilayah Kalimantan Barat. Mengingat mayoritas masyarakat Indonesia khususnya di wilayah Kalimantan Barat adalah muslim, dan menurut sensus Penduduk Kalimantan Barat tahun 2020, ada sekitar 29,95% penduduk adalah Generasi Z, dan sekitar 27,23% adalah Generasi Milenial, menganggap dirinya religious. Sehingga sebagai generasi muslim yang semakin sadar akan pentingnya berpegang pada ajaran agama, milenial di Indonesia khususnya Kalimantan Barat cenderung memilih investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini termasuk menghindari riba, gharar (ketidakpastian) dan maysir (spekulasi), yang dilarang dalam Islam. Investasi properti sering dianggap sebagai bentuk investasi yang halal dan aman, terutama jika mekanisme pembiayaannya dilakukan melalui lembaga keuangan syariah. Disamping itu investasi properti sering dianggap sesuai dengan prinsip Islam karena asetnya nyata dan memiliki nilai intrinsik. Generasi milenial Muslim lebih nyaman dengan investasi berbasis properti dibandingkan instrumen yang dianggap abstrak atau spekulatif, seperti saham dengan unsur non-syariah. disamping itu, properti juga menawarkan potensi keuntungan jangka panjang melalui capital gain atau pendapatan pasif dari sewa.

Religiusitas sering kali dikaitkan dengan cara seseorang memandang risiko. Religiusitas dapat mempengaruhi cara individu memandang risiko, tujuan

investasi, dan preferensi dalam alokasi asset. Individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih konservatif dalam mengambil risiko investasi (Hilary & Hui, 2009). Hal ini karena nilai-nilai religius sering kali mendorong kehati-hatian dan penghindaran terhadap keputusan yang dianggap spekulatif atau tidak etis dan menghindari sektor-sektor yang dianggap tidak sesuai dengan nilai agama (Renneboog et al., 2008); (Abduh & Omar, 2012). Hubungan antara religiusitas dan keputusan investasi telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian, khususnya dalam bidang ekonomi perilaku dan keuangan. (Akhtar & Das, 2018) dan (Ashidiqi & Arundina, 2017), menemukan bahwa meskipun bahaya, religiusitas, reputasi, dan keuntungan semuanya dapat mempengaruhi sikap, namun sikap itu sendiri tidak mempengaruhi cara pengambilan keputusan dalam berinvestasi dari orang sekitar karena adanya motivasi. Dalam konteks investasi syariah, religiusitas memainkan peran signifikan dalam meningkatkan kepuasan finansial melalui keputusan investasi berbasis nilai-nilai agama (Parmitasari et al., 2020). Dan religiusitas dapat memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi, khususnya di kalangan mahasiswa universitas di Malang, Indonesia (Al Hakim et al., 2023). Di bidang properti, hasil riset menunjukkan faktor religiusitas ditemukan tidak selalu signifikan dalam mempengaruhi keputusan investasi real estate di India, meskipun faktor ini relevan dalam konteks tertentu (Rank et al., 2023).

Faktor perilaku seperti FOMO (*fear of missing out*) sering mempengaruhi keputusan investasi (Ahiadu et al., 2024). FOMO sering kali terkait dengan *herd mentalit*. Menurut

(Faramita & Fadila, 2023) FOMO adalah perasaan cemas karena takut tertinggal atau tidak mengikuti sebuah kegiatan tertentu. Ketakutan tersebut timbul jika individu merasa telah tertinggal oleh informasi terbaru, atau tren yang mengacu terhadap persepsi jika orang lain akan merasakan kesenangan dan memperoleh hal yang lebih baik dalam hidupnya. Perasaan FOMO dapat mengakibatkan seseorang mengambil keputusan belanja tanpa pertimbangan matang, yang berakibat pada pembelian impulsif. (Syandana & Dhania, 2024). FOMO sering kali memengaruhi perilaku investasi di berbagai sektor, termasuk property. Hubungan antara FOMO (*fear of missing out*) dan keputusan investasi telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian. (Statman, 2003), dalam penelitian ini menunjukkan bahwa FOMO merupakan salah satu faktor utama yang mendorong perilaku investasi impulsif, termasuk dalam properti, di mana investor sering mengabaikan analisis rasional karena ketakutan kehilangan peluang. Lam dan Qiao (2020) dalam studi tentang pasar properti di Hong Kong, ditemukan bahwa ketakutan akan kehilangan peluang investasi sering kali mendorong lonjakan permintaan properti selama periode booming, meskipun risiko *overvaluation* tinggi. Kahneman dan Tversky (1979) dalam *Prospect Theory*, dijelaskan bahwa individu lebih takut kehilangan potensi keuntungan daripada risiko kerugian, yang mendukung pengaruh FOMO dalam investasi. Bias representasi, ketersediaan informasi, dan *overconfidence* yang sering diperburuk oleh FOMO dalam pengambilan keputusan investasi (Candra, 2019). Dan variabel Fear of Missing Out (FOMO) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Impulse Buying. Sebaliknya, variabel Financial Literacy tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

Impulse Buying (Kurniawati & Amalia, 2024).

Budaya lokal di Indonesia memiliki peran strategis dalam menarik investasi properti, terutama karena nilai budaya yang melekat dapat meningkatkan daya tarik suatu lokasi. Studi yang dilakukan oleh (Selawa et al., 2013) menunjukkan bahwa pemahaman dan implementasi nilai budaya lokal seperti *Tri Hita Karana* di Bali berkontribusi terhadap strategi kompetitif perusahaan real estate, yang pada akhirnya meningkatkan minat investor. Selain itu, penelitian oleh (Suarthana et al., 2024) menegaskan bahwa kekayaan budaya lokal di Bali berdampak positif pada loyalitas wisatawan, yang mendorong pertumbuhan investasi di sektor properti dan pariwisata. Desa-desa wisata berbasis budaya seperti Kembangarum di Yogyakarta juga membuktikan bahwa komodifikasi budaya dapat menjadi daya tarik bagi investor properti, meskipun tantangan dalam mempertahankan nilai budaya tetap ada (Ristiawan, 2018)

Lebih jauh, studi yang dilakukan oleh (Naredi & Rahmawati, 2022) menunjukkan bahwa ketahanan budaya lokal berperan dalam membentuk kebijakan investasi dan menyeimbangkan pengaruh investasi asing. Di kawasan ekonomi khusus seperti Sei Mangkei, faktor budaya menjadi pertimbangan penting dalam menarik investor sekaligus menjaga identitas lokal. Hal ini juga terbukti dalam penelitian (Satyaningrum et al., 2024) mengenai kearifan lokal di Kalimantan Barat, yang mengidentifikasi lima bentuk utama kearifan lokal, yaitu upacara adat, peninggalan sejarah, seni pertunjukan, pengolahan sumber daya alam, dan kuliner tradisional. Nilai-nilai seperti kebersamaan, religiusitas, dan penghormatan terhadap adat istiadat

tetap terjaga dan menjadi daya tarik tersendiri bagi investor di sektor properti dan pariwisata. Dengan demikian, keberadaan dan pelestarian budaya lokal tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi suatu kawasan tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi investasi properti. Oleh karena itu, pemerintah dan pemangku kepentingan perlu mengembangkan kebijakan yang mendukung investasi berbasis budaya untuk menciptakan pembangunan properti yang berkelanjutan dan bernilai tinggi.

## KAJIAN TEORITIS

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memiliki peran yang beragam dalam pengambilan keputusan investasi. Studi oleh (Al Hakim et al., 2023) menemukan bahwa religiusitas memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi, di mana individu dengan tingkat religiusitas lebih tinggi cenderung membuat keputusan yang lebih bijak. Temuan serupa dikemukakan oleh (Baihaqqi & Prajawati, 2023), yang menyatakan bahwa religiusitas dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, sementara toleransi risiko tidak memiliki dampak signifikan. Namun, penelitian lain menunjukkan hasil yang bervariasi. (Trisilo et al., 2020) mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap preferensi investasi syariah serta menemukan bahwa pria lebih percaya diri dalam mengambil risiko investasi dibandingkan wanita. Sementara itu, studi oleh (Tasman et al., 2024) menunjukkan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi di kalangan investor muda (Generasi Z). Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas terhadap keputusan investasi

dapat bergantung pada faktor lain seperti usia, tingkat literasi keuangan, dan preferensi investasi individu.

Menurut (Glock & Stark, 1965) religiusitas dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu:

1. Dimensi Keyakinan (*Ideological Dimension*) yaitu kepercayaan seseorang terhadap doktrin atau ajaran agama yang dianutnya. Contoh: Keyakinan pada Tuhan, kitab suci, surga dan neraka, takdir.
2. Dimensi Peribadatan (*Ritualistic Dimension*) yaitu seberapa sering seseorang melakukan ibadah dan ritual keagamaan. Contoh: Salat lima waktu, puasa, membaca kitab suci, berdoa.
3. Dimensi Pengalaman (*Experiential Dimension*) yaitu pengalaman spiritual dan perasaan yang muncul dalam menjalankan agama. Contoh: Merasa damai setelah beribadah, mendapatkan petunjuk dalam doa.
4. Dimensi Pengetahuan (*Intellectual Dimension*) yaitu pemahaman seseorang terhadap ajaran agama yang dianutnya. Contoh: Memahami tafsir kitab suci, hukum-hukum agama, sejarah keagamaan.
5. Dimensi Pengamalan (*Consequential Dimension*) yaitu bagaimana ajaran agama mempengaruhi tindakan dan keputusan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Contoh: Menjalankan bisnis sesuai prinsip agama, bersikap jujur, menolong sesama.

Dalam studi (Elhai et al., 2021) FOMO didefinisikan sebagai kecemasan seseorang terhadap kemungkinan bahwa orang lain mengalami pengalaman yang lebih baik atau lebih memuaskan tanpa kehadiran dirinya. Fenomena ini semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan media sosial, di mana individu terus-menerus membandingkan hidup mereka dengan kehidupan orang

lain yang terlihat lebih menarik atau lebih sukses. Hal ini mendorong individu untuk selalu terhubung dengan dunia digital agar tidak merasa tertinggal dari perkembangan yang terjadi di sekitar mereka.

Individu dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung lebih sering menggunakan media sosial untuk memastikan bahwa mereka tidak melewatkkan informasi atau pengalaman yang dianggap penting. Namun, penggunaan media sosial yang berlebihan sering kali dikaitkan dengan peningkatan stres, kecemasan, dan depresi. Alih-alih memberikan rasa kepuasan, keterlibatan yang intens di media sosial justru dapat memperburuk kesejahteraan emosional seseorang, menciptakan lingkaran kecemasan yang semakin sulit dihentikan.

Lebih lanjut, FOMO berhubungan erat dengan berbagai dampak psikologis negatif, termasuk kecemasan, depresi, dan perasaan tidak puas terhadap kehidupan. Ironisnya, meskipun mereka aktif di media sosial dan memiliki akses luas terhadap berbagai interaksi sosial, individu dengan tingkat FOMO yang tinggi justru sering mengalami perasaan isolasi sosial. Mereka merasa bahwa kehidupan mereka kurang menarik dibandingkan dengan yang ditampilkan oleh orang lain di media sosial, meskipun kenyataannya sering kali tidak sesuai dengan ekspektasi yang diciptakan oleh konten digital.

Dari perspektif teori psikologi, FOMO dapat dijelaskan melalui *Self-Determination Theory* (SDT), yang menyatakan bahwa individu memiliki kebutuhan dasar untuk terhubung dengan orang lain, dan ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi, mereka mengalami kecemasan dan ketidakpuasan. Selain itu, Social Comparison Theory menjelaskan bahwa FOMO muncul ketika seseorang

terus-menerus membandingkan hidup mereka dengan orang lain, terutama melalui media sosial, yang menampilkan kehidupan orang lain secara selektif dan sering kali lebih positif daripada kenyataan sebenarnya.

Tingkat kerentanan seseorang terhadap FOMO juga dipengaruhi oleh faktor sosiodemografis. Generasi muda, khususnya mereka yang tumbuh dalam era digital, lebih rentan terhadap FOMO dibandingkan dengan kelompok usia yang lebih tua. Selain itu, individu dengan kecerdasan emosional yang lebih rendah cenderung mengalami FOMO dengan intensitas yang lebih tinggi karena mereka lebih sulit mengontrol emosi dan merasionalisasi perasaan ketertinggalan. Akibatnya, mereka lebih mudah terpengaruh oleh tekanan sosial yang berasal dari lingkungan digital.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa Fear of Missing Out (FOMO) memiliki dampak signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi, terutama dalam kondisi ketidakpastian dan di bawah pengaruh media sosial. Studi oleh (Ahiadu et al., 2024) menemukan bahwa FOMO dapat mempercepat keputusan investasi dalam properti komersial, khususnya saat kondisi ekonomi tidak stabil. Temuan ini diperkuat oleh penelitian (Ivantchev & Ivantcheva, 2024), yang menunjukkan bahwa interaksi dengan media sosial serta social trading platforms memperkuat perilaku FOMO, sehingga mendorong keputusan investasi yang impulsif. Selain itu, (Nizar, 2024) mengidentifikasi peran FOMO sebagai mediator antara bias ketersediaan informasi (*availability bias*) dan keputusan investasi. Studi oleh (Martaningrat & Kurniawan, 2024) juga menunjukkan bahwa pengaruh media sosial dan financial influencers memperkuat FOMO, yang berdampak signifikan pada keputusan investasi

generasi muda di Indonesia. Sementara itu, penelitian (Kumar et al., 2024) mengungkap bahwa FOMO mempengaruhi keputusan investasi baik bagi investor wiraswasta maupun pekerja tetap, terutama dalam konteks bias perilaku seperti herding dan overconfidence. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian ini menegaskan bahwa FOMO, yang dipicu oleh akses informasi dan dinamika sosial, memainkan peran penting dalam membentuk perilaku investasi di berbagai kelompok investor. Namun terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Hafizhah & Arifin, 2025) yang menyatakan bahwa FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dikarenakan mereka tetap bersikap rasional, mempertimbangkan analisis fundamental dan teknis saat membuat investasi.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kearifan lokal memainkan peran penting dalam investasi properti, terutama dalam kaitannya dengan perencanaan, kebijakan, dan keberlanjutan ekonomi serta pariwisata. Studi oleh (Suminar et al., 2024) menemukan bahwa perencanaan perumahan dan pemukiman berbasis kearifan lokal tidak hanya berkontribusi terhadap investasi properti, tetapi juga mempengaruhi sektor ekonomi dan pariwisata melalui nilai budaya setempat. Dalam konteks regulasi, penelitian oleh (Febrianty et al., 2023) membahas bagaimana kebijakan pemerintah daerah berperan dalam membentuk peraturan yang melindungi kearifan lokal dari dampak globalisasi dan investasi. Studi kasus di Pariaman menunjukkan bahwa peraturan daerah dapat menjadi instrumen penting dalam menjaga keseimbangan antara investasi properti dan pelestarian budaya lokal. Selain itu, studi oleh (Lis Julianti et al., 2023) menemukan bahwa di sektor

properti berbasis pariwisata, nilai-nilai kearifan lokal menjadi faktor utama dalam keputusan investasi, di mana investor cenderung mempertimbangkan aspek budaya dan keberlanjutan dalam proyek properti di daerah dengan nilai budaya yang tinggi. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa integrasi kearifan lokal dalam kebijakan dan perencanaan dapat menciptakan ekosistem investasi properti yang berkelanjutan dan selaras dengan nilai budaya masyarakat setempat. Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Su, 2023) yang menyatakan bahwa identitas budaya dalam hal ini adalah kearifan local tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen, namun ada hal lain yang mempengaruhi seperti aspek emosional, social dan fungsional yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Dalam studi (Satyaningrum et al., 2024) Kearifan lokal di Kalimantan Barat tercermin dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, mulai dari upacara adat, peninggalan sejarah, seni pertunjukan, pengelolaan sumber daya alam, hingga kuliner tradisional. Upacara adat seperti Gawai Dayak, Robo-Robo, dan Ritual Toana menjadi bagian penting dalam menjaga tradisi dan mempererat nilai kebersamaan di tengah masyarakat yang beragam. Selain itu, peninggalan sejarah seperti Rumah Radakng, Keraton Kadriah Pontianak, dan Masjid Sultan Sambas menunjukkan warisan budaya yang masih dilestarikan hingga saat ini.

Seni pertunjukan juga menjadi bagian dari ekspresi budaya yang diwariskan turun-temurun, seperti Tari Jepin, Tari Monong, dan Tari Zapin, yang memiliki nilai religius serta mengandung unsur hiburan dan spiritualitas. Dalam aspek lingkungan, masyarakat Kalimantan Barat memiliki sistem pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, seperti Bauma

Batahutn, yang merupakan praktik perladangan tradisional, serta Berandep, sistem gotong royong dalam pertanian.

Selain itu, kuliner tradisional menjadi bagian dari identitas budaya yang terus berkembang. Makanan khas seperti Pengkang, Lemang, dan Bubur Pedas tidak hanya menjadi warisan kuliner, tetapi juga memiliki nilai sosial dalam setiap penyajiannya. Secara keseluruhan, kearifan lokal di Kalimantan Barat mencerminkan harmoni antara budaya, lingkungan, dan kehidupan sosial masyarakat, yang terus dijaga dan diwariskan dari generasi ke generasi.

Keputusan investasi properti adalah proses pemilihan dan pengambilan keputusan terkait pembelian, kepemilikan, pengelolaan, dan penjualan aset properti dengan tujuan mendapatkan keuntungan finansial di masa depan. Investasi ini dapat berupa tanah, rumah, apartemen, ruko, atau properti komersial lainnya, yang memiliki potensi untuk menghasilkan pendapatan pasif melalui sewa atau apresiasi nilai aset dari waktu ke waktu.

## Hipotesis

Berdasarkan tinjauan literatur, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. H<sub>01</sub>: Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi properti generasi milenial muslim di wilayah Kalimantan Barat.  
H<sub>A1</sub>: Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi properti generasi milenial muslim di wilayah Kalimantan Barat.
2. H<sub>02</sub>: FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi properti generasi milenial muslim di wilayah Kalimantan Barat.  
H<sub>A2</sub>: FOMO berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi properti

generasi milenial muslim di wilayah Kalimantan Barat.

3. H<sub>03</sub>: Kearifan lokal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi properti generasi milenial muslim di wilayah Kalimantan Barat.

H<sub>A3</sub>: Kearifan lokal berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi properti generasi milenial muslim di wilayah Kalimantan Barat.

## METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel secara objektif melalui analisis statistik, (Cresswell & Cresswell, 2018). Dalam hal ini, peneliti ingin melihat sejauh mana pengaruh Religiusitas, FOMO dan Kearifan Lokal terhadap Keputusan Investasi Properti dikalangan Milenial Muslim di Kalimantan Barat

Populasi penelitian mencakup seluruh generasi milenial Muslim di Kalimantan Barat yang memenuhi kriteria inklusi. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling untuk mendapatkan responden yang benar-benar memiliki pengalaman atau ketertarikan dalam investasi property (Etikan, 2016). Subjek penelitian adalah generasi milenial Muslim berusia 25–40 tahun yang memiliki pengalaman atau sedang mempertimbangkan untuk berinvestasi di sektor properti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Instrumen

Uji instrumen penelitian pada SEM-PLS bertujuan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan mampu mengukur konstruk secara valid dan reliabel sebelum model struktural dianalisis. Proses ini mencakup pengujian validitas konvergen melalui nilai *loading factor*, *Average Variance Extracted* (AVE), dan *Composite*

*Reliability* (CR), di mana indikator dianggap valid jika *loading* > 0,7, AVE > 0,5, dan CR > 0,7. Selain itu, dilakukan validitas diskriminan untuk memastikan setiap konstruk berbeda satu sama lain, biasanya dengan membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi

antarkonstruk atau menggunakan kriteria HTMT. Pengujian reliabilitas internal juga dilakukan melalui nilai Cronbach's Alpha yang idealnya > 0,7. Jika semua kriteria terpenuhi, instrumen dianggap layak untuk digunakan dalam analisis SEM-PLS lebih lanjut.

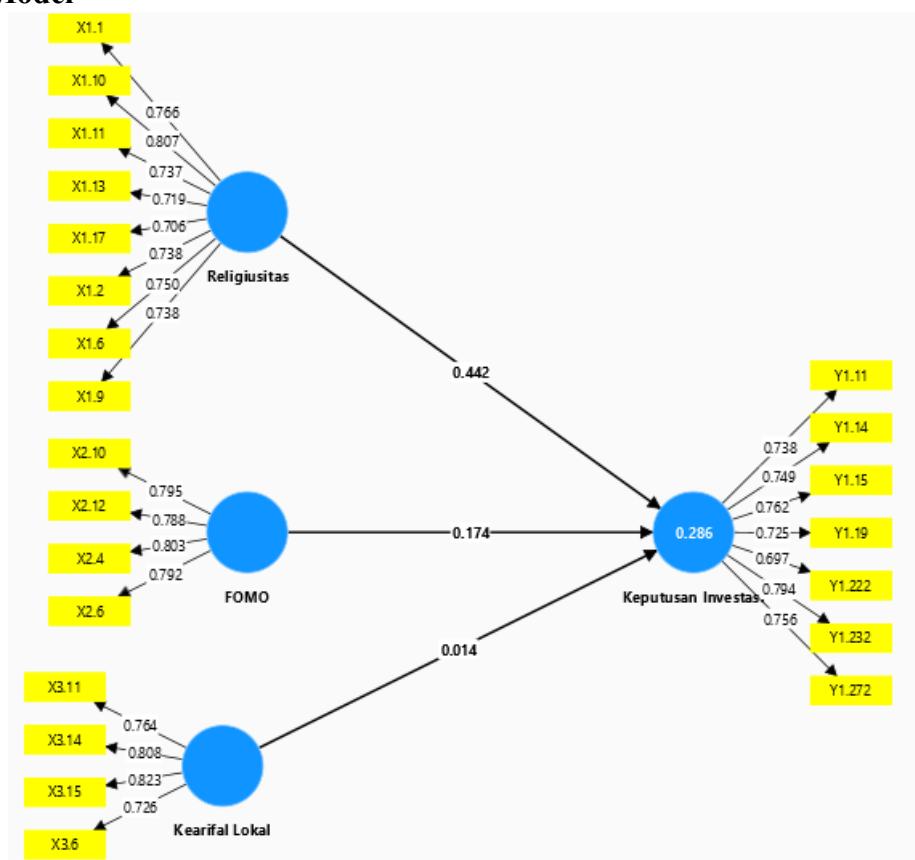
**Tabel 1. Construct Reliability and Validity**

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
<b>FOMO</b>	0.806	0.809	0.872	0.631
<b>KI</b>	0.868	0.873	0.898	0.557
<b>KL</b>	0.786	0.790	0.862	0.610
<b>R</b>	0.886	0.890	0.909	0.556

Tabel *Construct Reliability and Validity – Overview* menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian memiliki tingkat reliabilitas dan validitas yang baik. Nilai Cronbach's Alpha untuk semua konstruk berada di atas 0,78, yang berarti konsistensi internal instrumen dapat diterima, bahkan kuat pada konstruk R dengan nilai 0,886. Selanjutnya, nilai *composite reliability* (*rho\_a* dan *rho\_c*) juga seluruhnya melampaui ambang batas 0,70, menandakan bahwa setiap konstruk memiliki reliabilitas komposit yang sangat memadai. Dari sisi validitas konvergen, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* untuk seluruh konstruk

berada di atas batas minimum 0,50. Konstruk FOMO dan KL menunjukkan AVE yang tinggi, masing-masing 0,631 dan 0,610, yang memperkuat bukti bahwa indikator-indikatornya mampu menjelaskan varians konstruk dengan baik. Meskipun konstruk KI dan R memiliki AVE yang sedikit lebih rendah (0,557 dan 0,556), nilainya tetap memenuhi kriteria validitas konvergen. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa seluruh konstruk dalam model memiliki reliabilitas dan validitas yang memadai sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### Outer Model



Gambar 3. Hasil Outer Model

Gambar model struktural menunjukkan hubungan antara tiga variabel independen yaitu Religiusitas, FOMO, dan Kearifan Lokal—terhadap variabel dependen Keputusan Investasi. Hasil analisis memperlihatkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh paling kuat terhadap Keputusan Investasi, ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.442. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas individu, semakin besar kecenderungan mereka dalam mengambil keputusan investasi. Sementara itu, variabel FOMO juga berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi dengan nilai koefisien 0.174, yang mengindikasikan bahwa rasa takut tertinggal dari peluang (fear of missing out) mendorong seseorang untuk lebih aktif dalam membuat keputusan investasi, meskipun pengaruhnya tidak sebesar religiusitas.

Sebaliknya, variabel Kearifan Lokal menunjukkan pengaruh yang sangat kecil dan hampir tidak signifikan terhadap Keputusan Investasi, dengan koefisien jalur hanya 0.014. Artinya, nilai-nilai lokal atau budaya setempat tidak memberikan kontribusi berarti dalam mendorong perilaku investasi responden dalam model ini. Nilai R-square sebesar 0.286 pada konstruk Keputusan Investasi menandakan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar 28,6% variasi dalam keputusan investasi. Sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa dimensi psikologis dan keagamaan lebih dominan memengaruhi keputusan investasi dibandingkan faktor budaya local

### **Bootstrapping**

**Tabel 2.** Hasil Uji Bootstrapping

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
<b>FOMO -&gt; Keputusan Investasi</b>	0.174	0.171	0.121	1.442	0.149
<b>Kearifan Lokal -&gt; Keputusan Investasi</b>	0.014	0.030	0.127	0.107	0.915
<b>Religiusitas -&gt; Keputusan Investasi</b>	0.442	0.453	0.087	5.070	0.000

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel FoMO (fear of missing out) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Meskipun koefisien jalur bernilai positif sebesar 0.174, hubungan tersebut tidak cukup kuat secara statistik untuk memengaruhi perilaku investasi responden, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai p yang berada di atas 0.05. Temuan ini mengindikasikan bahwa perasaan takut tertinggal informasi atau peluang tidak secara otomatis mendorong investor untuk mengambil keputusan investasi secara impulsif maupun agresif. Dengan demikian, aspek psikologis berupa FoMO bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan investasi dalam konteks penelitian ini. Variable FOMO (*Fear of Missing Out*) dimana perasaan takut tertinggal dalam trend kekinian tanpa mempertimbangkan aspek lainnya dalam penelitian ini tidak berpengaruh dalam Keputusan pembelian rumah yang dilakukan oleh milenial. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor lain yang mempengaruhinya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hafizhah & Arifin, 2025), yang menunjukkan bahwa FOMO tidak berpengaruh terhadap keputusan

investasi, namun terdapat faktor lain seperti rasionalitas, analisis fundamental dan teknis saat memutuskan investasi properti.

Selanjutnya, variabel kearifan lokal juga terbukti tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Koefisien yang sangat kecil, yaitu 0.014, menunjukkan bahwa pengaruhnya hampir nihil, dan hal ini diperkuat dengan nilai p yang jauh di atas 0.05. Temuan ini menggambarkan bahwa nilai-nilai budaya lokal, norma adat, maupun pandangan tradisional tidak menjadi dasar pertimbangan responden dalam menentukan keputusan investasinya. Dengan kata lain, keputusan investasi lebih banyak ditentukan oleh faktor-faktor lain yang bersifat rasional atau individual daripada pengaruh nilai budaya yang dianut. Kearifan lokal merupakan kebudayaan yang mengakar dalam diri masyarakat dan mencerminkan harmoni antara budaya, lingkungan, dan kehidupan sosial masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Su, 2023) yang menyatakan tidak adanya pengaruh dari identitas budaya dalam hal ini adalah kearifan lokal terhadap niat membeli barang, namun ada faktor lain

yang mempengaruhi seperti emosional, sosial dan fungsional

Berbeda dengan kedua variabel sebelumnya, religiusitas menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan kuat terhadap keputusan investasi, ditandai dengan nilai  $p < 0.001$  dan koefisien sebesar 0.442. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk mengambil keputusan investasi yang sesuai dengan nilai moral dan keyakinan agama. Responden dengan tingkat religiusitas yang lebih tinggi cenderung mempertimbangkan aspek kehalalan, etika, serta keamanan dalam memilih instrumen investasi, menghindari risiko yang bertentangan dengan prinsip agama, dan menjadikan amanah serta tanggung jawab moral sebagai landasan dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, religiusitas menjadi faktor penting yang membentuk perilaku investasi responden.

Berdasarkan hasil olahan data, Religiusitas yang merupakan dorongan jiwa untuk berpikir dan berprilaku sesuai dengan perilaku keagamaan berpengaruh positif terhadap keputusan dalam pembelian rumah. Hal ini menegaskan bahwa generasi milenial mempertimbangkan aspek religiusitas dalam Keputusan investasi rumah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Baihaqqi & Prajawati, 2023), yang menyatakan bahwa religiusitas dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, sementara toleransi risiko tidak memiliki dampak signifikan

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa FoMO dan kearifan lokal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, sementara religiusitas menunjukkan pengaruh positif yang kuat. Temuan ini menegaskan bahwa aspek spiritual dan nilai-nilai keagamaan memiliki peran

yang lebih dominan dalam membentuk keputusan investasi dibandingkan aspek psikologis atau budaya lokal.

## SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian yang dilakukan ini dapat ditarik Kesimpulan bahwa Religiusitas dalam hal ini perasaan untuk mengikuti ajaran agama berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian rumah di kalangan milenial muslim di Kalimantan Barat. Namun berbeda dengan religiusitas, aspek FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan investasi dikalangan milenial muslim di Kalimantan Barat. Hal ini disebabkan oleh adanya factor lain yang mempengaruhi seperti aspek rasionalitas, teknik fundamental dan taktis yang mempengaruhi Keputusan investasi properti. Kearifan local dalam hal ini adalah budaya Masyarakat juga tidak berpengaruh terhadap Keputusan milenial Muslim dalam melakukan investasi properti karena terdapat factor lain seperti emosional, social dan fungsional yang lebih dominan dalam mempengaruhi Keputusan investasi properti

## DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., & Omar, A. (2012). Islamic banking and economic growth: the Indonesian experience. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 5(1).
- Adepoju, A., & H, B. (2022). Influence of electricity availability on the intention to invest in residential real estate in Akure Nigeria: Mediating roles of perceived behavioral control and attitude. *Journal of Future Sustainability*, 2(1).
- Ahiadu, A. A., Abidoye, R. B., & Yiu, T. W. (2024). Decision-Making Amid Economic Uncertainty:

- Exploring the Key Considerations of Commercial Property Investors. *Buildings*, 14(10).
- Akhtar, F., & Das, N. (2018). Predictors of investment intention in Indian stock markets: Extending the theory of planned behaviour. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1).
- A1 Hakim, I. S. M., Jihadi, M., & Warsono. (2023). The Effect of Financial Literacy and Financial Behavior on Religiosity Moderated by Investment Decisions. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 3(2).
- Ashidiqi, C., & Arundina, T. (2017). Indonesia Students's intention to invest in Sukuk: Theory of planned behaviour approach. *International Journal of Economic Research*, 14(15).
- Baihaqqi, I. K., & Prajawati, M. I. (2023). Pengaruh Risk Tolerance dan Religiusitas terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 960–968. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2448>
- Cresswell, J., & Cresswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage.
- Dpk, K., Penyaluran, T., Pada, K., Perkreditan, B., Bpr, R., Kabupaten, D. I., & Periode, B. (2020). *STABILITY Journal of Management & Business*. 3(2), 14–20.
- Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2021). Fear of missing out (Fomo): Overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203–209. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1).
- Faramita, D., & Fadila, S. (2023). DINAMIKA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA INTERAKSI SOSIAL I-GENERATION DALAM ADIKSI BERMEDIA SOSIAL DI JORONG SAWAH PARIK KECAMATAN TANJUNG BARU KABUPATEN TANAH DATAR. *Kinoma*, 2(2).
- Febrianty, Y., Sriwidodo, J., & Priyaldi, P. (2023). Establishing Regional Regulations for the Protection of Local Wisdom. *Fiat Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, 17(3), 193–220. <https://doi.org/10.25041/fiatjustisi.a.v17no3.2708>
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Rand McNally.
- Hafizhah, S. A. Z., & Arifin, Z. (2025). THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL FACTORS, FRAMING EFFECTS, AND INCIDENTAL EMOTIONS ON YOUNG PEOPLE'S STOCK INVESTMENT DECISIONS: A CASE STUDY OF INVESTMENT EDUCATION CONTENT ON TIKTOK. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3).
- Hapsari, R. Y., Ma'ruf, M. H., & Pratiwi, D. N. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN,

- PERILAKU KEUANGAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PROPERTI PADA MASYARAKAT KECAMATAN GONDANGREJO. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(3).
- Hilary, G., & Hui, K. W. (2009). Does religion matter in corporate decision making in America? *Journal of Financial Economics*, 93(3).
- Ivantchev, B., & Ivantcheva, M. (2024). FOMO effect: social media and online traders. *Journal of Management and Financial Sciences*, XVI(48). <https://doi.org/10.33119/jmfs.2023.48.4>
- Kumar, J., Rani, M., Rani, G., & Rani, V. (2024). All are interesting to invest, I fear of missing out (FOMO): a comparative study among self-employed and salaried investors. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 32(5), 646–664. <https://doi.org/10.1108/JFRC-01-2024-0010>
- Kurniawati, A. D., & Amalia, J. M. (2024). PENGARUH FEAR OF MISSING OUT DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP IMPULSE BUYING PADA GENERASI Z. *Musytari*, 12(10).
- Kusuma, C., & Jayanti, S. D. (2024). Pengaruh Informasi Akuntansi Keuangan dan Pendanaan Syariah terhadap Keputusan Investasi pada Perusahaan Properti yang Baru Berdiri: Studi Kasus pada PT Dwika Raya Propertindo. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(3).
- LIS JULIANTI et al. (2023). the Investment Regulatory Modelin the Local Wisdom-Based Tourism Industry (a Comparative Study: Singapore, Malaysia, and Thailand). *Russian Law Journal*, 11(3), 619–626. <https://doi.org/10.52783/rlj.v11i3.1239>
- Mandagie, Y. R. O., Febrianti, M., & Fujianti, L. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila). *RELEVAN: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(1).
- Maoludyo, F. T., & Aprianianigsih, A. (2015). Factors Influencing Consumer Buying Intention For Housing Unit In Depok. *Journal of Business and Management*, 4(4).
- Naredi, H., & Rahmawati, M. (2022). Foreign investment as the beginning of the presence of westernization of American culture in Indonesia. *Sosiologi Dialektika*, 17(1).
- Nizar, M. (2024). THE IMPACT OF AVAILABILITY BIAS AND REPRESENTATIVE BIAS ON INVESTMENT DECISIONS AND PERFORMANCE: THE ROLE OF FOMO. 12(1), 71–89.
- Parmitasari, R. D. A., Kara, M., Bulutoding, L., Alwi, Z., & Sriwijaya, M. (2020). Financial Behavior of Indonesian Moslem Students Scholarship Recipients: The Role of Locus of Control and Financial Knowledge. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4).
- Renneboog, L., Horst, J. ter, & Zhang, C. (2008). The price of ethics and stakeholder governance: The performance of socially responsible mutual funds. *Journal of Corporate Finance*, 14(3).
- Ristiawan, R. (2018). Culture as

- Tourism Attraction: Commodification and Politicization of Culture in Kembangarum Tourism Village, Yogyakarta Special Region, Indonesia. *Tourisma*.
- Satyaningrum, R., Mubaligh, A., & Fitriani, L. (2024). *SOSIAL HORIZON Jurnal Pendidikan Sosial Kearifan Lokal Dalam Perspektif Budaya Kalimantan Barat.* 11(3). <https://doi.org/10.31571/sosial.v1i13.8382>
- Selawa, D. P., Thoyib, A., Ramantha, I. W., & Djumahir, D. (2013). Local Culture and Rules as Competitive Strategic Predictor and the Impact on Real Estate Industry Performance in Indonesia. *APMBA*, 1(3).
- Statman, M. (2003). How Much Diversification is Enough? *SSRN*.
- Su, J. (2023). The Influence of Perceived Cultural Identity on Consumer Purchase Intention of Ethnic Cultural Products: The Mediating Role of Perceived Value. *Highlights in Business, Economics and Management*, 9.
- Suarthana, I. K. P., Wisnawa, I. made B., Karta, N. L. P. A., & Sarukunaselan, K. (2024). Unlocking Loyalty: The Power of Local Culture in Bali Tourism. *Jurnal Kajian Bali*, 14(2).
- Suci Martaningrat, N. W., & 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. *Journal of Ecohumanism*, 3(3), 1319–1335. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i3.3604>
- Suminar, L., Astuti, W., Sunjaya, N. I., Kusumaputri, A. N., Margareta, L. A., & Pamungkas, P. B. (2024). Local Wisdom in Housing and Settlement Planning: A Case Study of Sudiroprajan Chinatown, Surakarta. *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(2), 71–80. <https://doi.org/10.29313/ethos.v12i2.3641>
- Syandana, D. A., & Dhania, D. R. (2024). HUBUNGAN ANTARA FEAR OF MISSING OUT (FoMO) DAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA PENGGUNA E-COMMERCE. *Jurnal Ilmiah MEA*, 8(3).
- Tasman, A., Lukman, S., Husni, T., Rahim, R., & Alfarisi, M. F. (2024). An Analysis of Investment Decisions among Gen Z: Examining the Influence of Risk Perception, Religiosity, and Overconfidence. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(2), 188–194. <https://doi.org/10.47233/jebs.v4i2.1645>
- Wulandari, D. A., & Iramanani, R. (2014). STUDI EXPERIENCED REGRET, RISK TOLERANCE, OVERCONFIDANCE DAN RISK PERCEPTION PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI. *Journal of Business and Banking*, 4(1).