

PERAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI CRYPTOCURRENCY PADA GENERASI Z

Azzaitun Nur Rachma¹, Akhfiya Nasywa Faridah², Rifdah Dwi Syafrina³, Krisna Wahyu Prabowo⁴, Hugo Chrisna Ananta⁵, Laila Listiana Ulya⁶

Universitas Negeri Semarang^{1,2,3,4,5,6}

akhfiyanasywa@students.unnes.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap pengambilan keputusan investasi cryptocurrency pada Generasi Z. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*, melibatkan 150 responden berusia 17–26 tahun yang aktif berinvestasi cryptocurrency minimal tiga bulan. Instrumen yang digunakan meliputi CFOMO Scale ($\alpha = 0,764$) untuk mengukur tingkat FOMO dan *Investment Decision-Making Scale* ($\alpha = 0,903$) untuk mengukur proses pengambilan keputusan investasi. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linier sederhana menggunakan aplikasi JASP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi cryptocurrency ($p = 0,021 < 0,05$), yang berarti semakin tinggi tingkat FOMO seseorang, semakin besar kecenderungan untuk mengambil keputusan investasi secara cepat tanpa pertimbangan rasional. Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial, tren digital, dan tekanan lingkungan menjadi faktor utama yang mendorong perilaku investasi impulsif di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out*, Cryptocurrency, Generasi Z, Pengambilan Keputusan Investasi

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of *Fear of Missing Out* (FOMO) on cryptocurrency investment decision-making among Generation Z. The research employed a quantitative correlational approach with a convenience sampling technique, involving 150 respondents aged 17–26 years who have been actively investing in cryptocurrency for at least three months. The instruments used include the CFOMO Scale ($\alpha = 0.764$) to measure the level of FOMO and the *Investment Decision-Making Scale* ($\alpha = 0.903$) to assess the investment decision-making process. Data were analyzed using a simple linear regression test through the JASP application. The results showed that FOMO had a positive and significant effect on cryptocurrency investment decision-making ($p = 0.021 < 0.05$), meaning that the higher an individual's FOMO level, the greater the tendency to make investment decisions quickly without rational consideration. The conclusion of this study indicates that social influence, digital trends, and environmental pressure are the main factors driving impulsive investment behavior among Generation Z.

Keywords: *Fear of Missing Out*, Cryptocurrency, Generation Z, Investment Decision-Making

PENDAHULUAN

Investasi merupakan strategi keuangan yang bertujuan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki saat ini untuk memperoleh manfaat ekonomi di masa mendatang (Tandelilin, 2017). Pada triwulan pertama tahun 2025, realisasi investasi nasional

tercatat sebesar Rp 465,2 triliun, meningkat 15,9% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (BKPM, 2025). Dalam situasi tersebut, kemampuan dalam mengambil keputusan investasi yang tepat menjadi krusial dengan mempertimbangkan secara menyeluruh potensi risiko serta tingkat pengembaliannya (Pradnyawati et al., 2022; Riyadi et al., 2022). Keputusan investasi kerap dipengaruhi oleh aspek psikologis (Mulyono et al., 2023). Dalam hal ini, behavioral finance muncul sebagai pendekatan yang menekankan bahwa perilaku keuangan tidak selalu bersifat rasional, melainkan dipengaruhi oleh bias kognitif, faktor emosional, serta tekanan sosial (Ahmad, 2023). Salah satu fenomena psikologis yang relevan dalam konteks tersebut adalah *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kondisi ketika individu merasa takut kehilangan kesempatan yang sedang dimanfaatkan orang lain (Bellarmino dan Dewi, 2024). FOMO dapat mengaburkan penilaian rasional, mendorong tindakan impulsif, dan pada akhirnya memengaruhi perilaku investasi seseorang (Aji dan Astuti, 2023; Resyita et al., 2023).

Perkembangan teknologi digital di era industri 4.0 turut mendorong pesatnya inovasi dalam sistem keuangan, salah satunya melalui kemunculan *cryptocurrency*, yaitu mata uang digital berbasis teknologi blockchain yang bersifat terdesentralisasi dan tidak memiliki bentuk fisik (Nitha dan Westra, 2020). Saat ini, *cryptocurrency* menjadi instrumen investasi yang sangat populer karena karakteristiknya yang *high risk high return* serta volatilitasnya yang tinggi, sehingga sering memicu perilaku spekulatif (Huda dan Hambali, 2020; Friederich et al., 2024). Ketidakpastian kondisi pasar kerap mendorong investor mengambil keputusan berisiko akibat pengaruh emosi maupun tekanan sosial, termasuk dari *influencer* dan konten di media sosial (Corbet et al., 2019; Anjani dan Irwansyah, 2020). Pertumbuhan investasi *cryptocurrency* menunjukkan peningkatan yang signifikan, baik di tingkat global maupun nasional. Berdasarkan data CoinMarketCap (2025), kapitalisasi pasar *cryptocurrency* dunia mencapai lebih dari \$3,3 triliun pada Mei 2025, atau meningkat sekitar 1.247% dalam lima tahun terakhir dibandingkan Mei 2020 yang hanya sebesar \$245 miliar. Sementara itu, menurut data Bappebti (2024), jumlah pengguna aset kripto di Indonesia juga terus meningkat, mencapai 21,27 juta orang pada September 2024.

Menurut temuan Bellarmino dan Dewi (2024), semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) seseorang, semakin besar pula kecenderungannya untuk mengambil risiko dalam investasi kripto. Salah satu responden dalam penelitian tersebut bahkan dilaporkan mengalami kerugian hingga Rp9,5 juta akibat keputusan impulsif yang dipicu oleh tren di media sosial. Temuan ini menegaskan pentingnya pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor psikologis yang memengaruhi keputusan investasi digital, terutama di kalangan generasi muda. Generasi Z, yang terdiri atas individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan saat ini berusia sekitar 13–28 tahun, merupakan kelompok yang tumbuh seiring pesatnya perkembangan teknologi serta memiliki kemampuan tinggi dalam beradaptasi terhadap inovasi digital, termasuk dalam penggunaan platform investasi (UICI, 2023; Ismail et al., 2021). Generasi ini diketahui memiliki tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) yang tinggi, yang berkaitan dengan meningkatnya kecemasan dan intensitas penggunaan media sosial (Royantara et al., 2025). Hal tersebut turut memengaruhi perilaku investasi mereka, sebagaimana dibuktikan oleh penelitian Goeyana dan Marlina (2024) yang menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada generasi Z.

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah sejauh mana *Fear of Missing Out* (FOMO) memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z. Secara lebih spesifik, penelitian ini berfokus pada pengukuran tingkat

FOMO yang dialami oleh Generasi Z dalam aktivitas investasi *cryptocurrency* serta analisis pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan investasi tersebut. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai perilaku investasi Generasi Z di era digital.

KAJIAN TEORI

Pengambilan Keputusan Investasi

Investasi merupakan bentuk komitmen dalam mengalokasikan dana atau sumber daya saat ini dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa mendatang (Tandelilin, 2017). Keberhasilan seorang investor sangat bergantung pada kemampuan dalam mengambil keputusan yang tepat (Pradnyawati et al., 2022). Proses pengambilan keputusan tersebut mencakup analisis terhadap permasalahan serta pemilihan alternatif investasi yang paling sesuai (Putri dan Hamidi, 2019). Secara umum, tahapan dalam proses pengambilan keputusan investasi meliputi lima langkah, yaitu: (1) penetapan tujuan, (2) penyusunan kebijakan investasi, (3) perancangan strategi portofolio, (4) pemilihan aset, dan (5) evaluasi kinerja portofolio (Eka et al., 2022). Setiap investor perlu memahami hubungan antara *return* dan risiko dalam setiap keputusan yang diambil (Riyadi et al., 2022). Selain itu, faktor psikologis juga turut memengaruhi persepsi dan penilaian investor terhadap prospek investasi (Mulyono et al., 2023). Kompleksitas pengambilan keputusan semakin meningkat ketika berhadapan dengan investasi *cryptocurrency*, yang dikenal memiliki karakteristik *high risk high return* dan volatilitas tinggi, sehingga menuntut pertimbangan yang lebih matang (Huda dan Hambali, 2020; Friederich et al., 2024).

Fear of Missing Out (FOMO)

Definisi *Fear of Missing Out (FOMO)*

Fear of Missing Out (FOMO) adalah fenomena psikologis yang menggambarkan rasa khawatir seseorang akan kehilangan peluang berharga yang sedang dialami oleh orang lain (Bellarmino dan Dewi, 2024). Ciri utama dari fenomena ini adalah keinginan kuat untuk selalu mengetahui dan mengikuti aktivitas orang lain, yang dapat mengaburkan kemampuan individu dalam membedakan antara keputusan rasional dan keputusan yang semata-mata dipengaruhi oleh tindakan orang lain (Aji dan Astuti, 2023). Dalam konteks investasi *cryptocurrency*, FOMO menjadi semakin relevan karena sifat pasar yang sangat fluktuatif dan cepat berubah, sehingga keputusan investasi sering kali dipengaruhi oleh tekanan sosial dan ketakutan kehilangan momentum (Corbet et al., 2019). Royantara et al. (2025) juga menegaskan bahwa Generasi Z (berusia sekitar 18–25 tahun) memiliki tingkat FOMO yang tinggi, yang berkaitan erat dengan meningkatnya kecemasan serta intensitas penggunaan media sosial.

Dampak *Fear of Missing Out (FOMO)*

Fear of Missing Out (FOMO) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku investasi, karena sering kali memicu pengambilan keputusan yang kurang bijak dan pengelolaan keuangan yang tidak optimal (Resyita et al., 2023). Penelitian Bellarmino dan Dewi (2024) menunjukkan bahwa FOMO dapat meningkatkan kecenderungan risiko investasi, sebagaimana dibuktikan melalui wawancara dengan investor kripto yang mengalami kerugian akibat keputusan impulsif yang dipicu oleh aktivitas di media sosial tanpa pemahaman yang memadai. Peran media sosial dan *influencer* turut

memperkuat efek FOMO melalui penyebaran konten dan *electronic word of mouth* (Anjani dan Irwansyah, 2020). Hal ini terutama berdampak pada Generasi Z, yang sangat aktif di media sosial dan karenanya lebih rentan terhadap pengaruh FOMO dalam pengambilan keputusan investasi (Ismail et al., 2021).



Gambar 1. Dinamika FOMO terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Fear of Missing Out (FOMO) memiliki dampak yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi, terutama di kalangan Generasi Z yang cenderung lebih rentan terhadap pengaruh emosional dan sosial (Goeyana dan Marlina, 2024). Volatilitas pasar kripto yang dipicu oleh faktor sosial dan emosional sering kali mendorong investor untuk mengambil keputusan berisiko (Corbet et al., 2019). Selain itu, media sosial dan *influencer* juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku investasi, di mana banyak individu membeli aset kripto setelah terpapar konten *flexing* atau tren di platform digital (Bellarmino dan Dewi, 2024; Anjani dan Irwansyah, 2020). Sebagai generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital (*digital native*), Generasi Z lebih mudah terpengaruh oleh *hype* meskipun *cryptocurrency* memiliki risiko tinggi dan fluktuasi harga yang tajam (Huda dan Hambali, 2020; Friederich et al., 2024). Oleh karena itu, kemampuan untuk mengambil keputusan investasi yang bijak menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan seorang investor (Pradnyawati et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Adapun kriteria subjek penelitian meliputi: (1) termasuk dalam kategori Generasi Z, (2) berusia antara 17 hingga 26 tahun, dan (3) aktif berinvestasi dalam *cryptocurrency* selama minimal tiga bulan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran instrumen skala secara daring menggunakan Google Form dalam kurun waktu tiga minggu. Tahapan penelitian ini terdiri atas tiga langkah utama, yaitu: (1) pengajuan *Ethical Clearance* dengan nomor 277/2025 di KPIN, (2) penyebaran kuesioner yang telah melalui proses *expert judgement* untuk mengukur tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) dan pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency*, serta (3) analisis data responden secara kuantitatif guna mengetahui pengaruh FOMO terhadap pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z.

Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil pengisian skala yang mengukur tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) dan keputusan investasi oleh responden. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber literatur dan jurnal ilmiah yang relevan dengan topik perilaku investasi Generasi Z. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* dengan dua instrumen kuantitatif, yaitu CFOMO Scale (9 item; $\alpha = 0.764$) dan IDM Scale (19 item; $\alpha = 0.903$), yang keduanya dinyatakan valid dengan nilai korelasi item-total ($r > 0.30$; $p < 0.05$). Jumlah responden yang berpartisipasi sebanyak 150 orang, telah memenuhi kriteria minimal ukuran sampel berdasarkan analisis G*Power (≥ 100). Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak JASP melalui dua tahap utama, yaitu: (1) uji validitas dan reliabilitas menggunakan *item-total correlation* serta Cronbach's Alpha untuk memastikan konsistensi dan keandalan instrumen penelitian, dan (2) analisis regresi linier sederhana untuk menguji sejauh mana *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency*.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh FOMO terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Hasil analisis regresi yang ditampilkan pada Gambar 4 menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z, dengan nilai $p = 0.021$ (< 0.05). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat FOMO yang dimiliki seseorang, semakin besar pula kecenderungannya untuk mengambil keputusan berinvestasi dalam *cryptocurrency*.

Tabel 1.
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien (B)	Nilai t	Sig. (p)	Keterangan
CFOMO → IDM	0.366	2.341	0.021	Signifikan

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Bellarmino dan Dewi (2024), yang mengungkapkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memengaruhi keputusan investasi pada investor muda karena adanya dorongan emosional untuk tidak tertinggal dari peluang pasar. Semakin tinggi tingkat FOMO yang dialami seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk berinvestasi secara terburu-buru tanpa pertimbangan yang matang (Hidayat dan Trisnaningsih, 2025). Temuan ini memperkuat teori *behavioral finance*, yang menyatakan bahwa keputusan investasi tidak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti tekanan sosial dan rasa takut tertinggal (Hidayat dan Trisnaningsih, 2025; Pratama, 2024). Selain itu, hasil ini juga diperkuat oleh penelitian Gerrans et al. (2023), yang menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh langsung terhadap pengambilan keputusan investasi, khususnya pada individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah dan toleransi risiko tinggi.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* pada Generasi Z. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat

FOMO yang dialami individu, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan investasi secara cepat tanpa pertimbangan rasional yang memadai. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sulisty & Pertiwi (2025), yang menemukan bahwa FOMO merupakan faktor psikologis utama yang mendorong minat investasi kripto pada Generasi Z. Rasa takut tertinggal dari peluang yang sedang tren menciptakan dorongan emosional untuk segera bertindak tanpa perhitungan mendalam terhadap risiko. Fenomena tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Taşhan (2025), yang menjelaskan bahwa *Fear of Missing Out* dalam konteks pasar kripto terbagi ke dalam dua bentuk utama, yaitu personal FOMO, rasa takut kehilangan peluang investasi secara individu, dan social FOMO, dorongan mengikuti tren sosial yang berkaitan dengan aset kripto. *Social FOMO* memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap perilaku investasi impulsif, karena individu cenderung mengambil keputusan berdasarkan apa yang dilakukan atau diperoleh orang lain di lingkungannya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini, dimana *social FOMO* muncul sebagai aspek yang paling dominan pada responden Generasi Z, menggambarkan bahwa tekanan sosial dan paparan informasi digital menjadi faktor yang paling signifikan dalam mendorong keputusan investasi cryptocurrency.

Generasi Z merupakan kelompok yang sangat terpapar informasi digital dan media sosial, menjadikan mereka lebih sensitif terhadap narasi keberhasilan finansial di ruang daring. Hal ini diperkuat oleh penelitian Parveiz et al. (2023), yang menjelaskan bahwa FOMO berkorelasi erat dengan perilaku *social comparison* dan dorongan untuk mengikuti tren. Dalam konteks ini, pengalaman emosional seperti cemas, iri, atau takut tertinggal berperan besar dalam mempercepat pengambilan keputusan investasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung pandangan Taşhan (2025) bahwa FOMO dalam pasar kripto bukan sekadar fenomena sosial, melainkan konstruksi psikologis terukur yang secara langsung memengaruhi perilaku investor. Selanjutnya, teori Kiruba et al. (2023) turut memperkuat penjelasan ini dengan menyatakan bahwa keputusan investasi generasi muda dipengaruhi oleh ekspektasi keuntungan, persepsi risiko, pengetahuan investasi, dan kesadaran finansial. Bila diterapkan pada Generasi Z, teori ini menunjukkan bahwa FOMO berperan memperkuat aspek emosional dalam pengambilan keputusan di mana motivasi memperoleh *return* tinggi seringkali mengalahkan pertimbangan rasional terhadap risiko. Generasi Z memiliki toleransi risiko yang tinggi, namun tingkat pemahaman terhadap mekanisme pasar kripto masih relatif terbatas, sehingga mereka lebih mudah terdorong oleh opini publik dan informasi viral. Temuan regresi penelitian ini juga konsisten dengan Wilamsari et al. (2025), yang menemukan bahwa FOMO berperan signifikan dalam membentuk keputusan investasi Generasi Z, terutama pada aset berisiko tinggi seperti kripto.

FOMO menumbuhkan perilaku *herding*, yakni kecenderungan untuk meniru tindakan investasi orang lain tanpa menilai risiko terlebih dahulu. Penelitian Prasad et al. (2025) juga menegaskan bahwa FOMO memiliki efek mediasi yang kuat antara eksposur informasi digital dan niat investasi cryptocurrency pada Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FOMO yang dirasakan individu, semakin besar kemungkinan mereka mengambil keputusan investasi secara cepat, bahkan ketika tingkat volatilitas pasar tinggi. Sejalan dengan itu, Kuldilok & Satitsamitpong (2023) menemukan bahwa faktor sosial dan lingkungan digital memperkuat efek FOMO terhadap perilaku investasi Generasi Z di Thailand, di mana keterlibatan media sosial dan narasi keberhasilan finansial di platform daring menjadi pendorong utama munculnya keputusan investasi impulsif. Selain itu, Sinaga & Usman (2025) menyoroti

bahwa pengaruh influencer dan akses informasi instan turut memperkuat efek FOMO terhadap perilaku investasi. Dalam penelitian ini, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka melakukan investasi setelah melihat rekomendasi dari media sosial, memperlihatkan bahwa FOMO berfungsi sebagai jembatan antara *exposure* informasi dan keputusan aktual. Temuan ini semakin memperkuat hasil penelitian Taşhan (2025), yang menyimpulkan bahwa peningkatan harga aset kripto menciptakan ilusi peluang besar yang memicu FOMO di kalangan investor muda. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa FOMO menjadi faktor dominan yang membentuk pola pengambilan keputusan investasi Generasi Z di era cryptocurrency. FOMO tidak hanya memunculkan minat investasi, tetapi juga mendorong perilaku pengambilan keputusan cepat dan berisiko. Integrasi antara temuan empiris ini, teori CFOMO dari Taşhan (2025), teori investasi generasi muda dari Kiruba et al. (2023), serta hasil empiris dari Prasad et al. (2025) dan Kuldilok & Satitsamitpong (2023) memperjelas bahwa dalam konteks Generasi Z, keputusan investasi kripto lebih banyak dipengaruhi oleh dorongan emosional dan sosial dibandingkan oleh analisis rasional terhadap nilai serta risiko aset.

SIMPULAN

Bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi cryptocurrency pada Generasi Z. Semakin tinggi tingkat FOMO yang dimiliki seseorang, semakin besar kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan investasi secara cepat dan emosional tanpa pertimbangan rasional. Hasil ini membuktikan bahwa dorongan sosial, tren digital, dan tekanan lingkungan menjadi faktor utama yang memicu perilaku investasi impulsif pada generasi muda. Dengan demikian, tingkat FOMO yang tinggi dapat menurunkan kualitas keputusan investasi karena individu lebih fokus pada peluang sesaat daripada analisis risiko yang matang. Berdasarkan hasil tersebut, diperlukan peningkatan literasi keuangan dan edukasi pengelolaan emosi agar Generasi Z mampu membuat keputusan investasi yang lebih rasional, terukur, dan berorientasi jangka panjang di tengah dinamika pasar digital yang fluktuatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. 2023. Behavioral finance: Exploring psychological Factors in Economic Decision-Making. *Contemporary Research Review for Social Work*, 1(1):25-30.
- Aji, F.P. dan Astuti, S. 2023. Pengaruh analisis teknikal, aspek psikologi dan money management terhadap keputusan investasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 11 (1):63-72.
- Anjani, S. dan Irwansyah, I. 2020. Peranan influencer dalam mengkomunikasikan pesan di media sosial instagram. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*. 16 (2):203-229.
- Bappebti. 2024. Nilai Transaksi Kripto hingga September 2024 Capai Rp 426 Triliun, Melonjak 300%. URL: https://bappebti.go.id/pojok_media/detail/15655. Diakses pada tanggal 20 Mei 2025.
- Bellarmino, E. dan Dewi, F.I.R. 2024. Hubungan antara fear of missing out (FOMO) dan perilaku berisiko dalam perdagangan kripto pada dewasa muda. *Innovative: Journal of Social Science Research*. 4 (6):1842-1850.
- BKPM. 2025. Di Tengah Gejolak Ekonomi Global, Investasi RI Q1-2025 Tumbuh 15,9%. URL: <https://www.bkpm.go.id/id/info/siaran-pers/di-tengah-gejolak-ekonomi-global-investasi-ri-q1-2025-tumbuh-15-9>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2025.

- CoinMarketCap. 2025. Crypto Market Overview. URL: <https://coinmarketcap.com/>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2025.
- Corbet, S., Cumming, D.J., Lucey, B.M., Peat, M., dan Vigne, S. 2019. Investigating the dynamics between price volatility, price discovery, and criminality in cryptocurrency markets. *Price Discovery, and Criminality in Cryptocurrency Markets*. pp. 1-20.
- Friederich, F., Meyer, J.H., Matute, J., dan Palau-Saumell, R. 2024. Crypto-mania: How fear-of-missing-out drives consumers (risky) investment decisions. *Psychology dan Marketing*. 41(1):102-117. doi: <https://doi.org/10.1002/mar.21906>
- Goeyana, A. dan Marlina, M.A.E. 2024. Financial literacy and risk perception: The key to understanding the relationship between FOMO and investment decisions. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*. 9(1):46-59. doi: <https://doi.org/10.29303/jaa.v9i1.433>
- Huda, N. dan Hambali, R. 2020. Risiko dan tingkat keuntungan investasi cryptocurrency. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*. 17(1):72-84. doi: <https://doi.org/10.29313/performa.v17i1.7236>
- Ismail, A.R.N., Noviartati, K., Syahril, S., dan Fikri, A.R. 2021. Investasi digital sebagai solusi mengurangi perilaku konsumtif milenial masa pandemi Covid-19. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 4(2):125-136. doi: <https://doi.org/10.25273/capital.v4i2.8742>
- Kiruba, A.S., Bharathi, R. and Madhumithaa, N. 2023. Cryptocurrency investing: Millennial decision making. *The Indonesian Capital Market Review*, 15(2):86-96. doi: <https://doi.org/10.21002/icmr.v15i2.1164>
- Kuldilok, C. dan Satitsmitpong, M. 2023. The impact of social and environmental factors on cryptocurrency investment behavior among gen z in thailand. *ANPOR Annual Conference Proceedings*, 10(1):13-36.
- Mulyono, S., Sawir, M., Surahman, B., Hendrawati, E., dan Nurhidayati, N. 2023. Peningkatan keputusan berinvestasi melalui literasi keuangan pada generasi Z sebagai upaya persiapan resesi 2023. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. 23(2):1-5.
- Nitha, D.A.F. dan Westra, I.K. (2020). Investasi cryptocurrency berdasarkan peraturan Bappebti No. 5 Tahun 2019. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 9(4):712. doi: <https://doi.org/10.24843/JMHU.2020.v09.i04.p04>
- Parveiz, S., Amjad, A. dan Ayub, S. 2023. Fear of missing out (FOMO), social comparison and social media addiction among young adults. *Pakistan Journal of Applied Psychology (PJAP)*, 3(1):224-235
- Pradnyawati, N.L.P.E. 2022. Analisis keputusan investasi pada generasi millennial di pasar modal saat pandemi Covid-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*. 8(2):428-437.
- Prasad, K.D.V., Shyamsunder, C., Soni, H., dan Srinivas, V. 2025. Cryptocurrency Investment Adoption Intentions of Indian Investors: Mediating and Moderating Effects of Fear of Missing Out (FOMO): A Gen Z and Millennials Prospective, 1-15. doi: <https://doi.org/10.1177/09722629251326762>
- Putri, W.W. dan Hamidi, M. 2019. Pengaruh literasi keuangan, efikasi keuangan, dan faktor demografi terhadap pengambilan keputusan investasi (studi kasus pada mahasiswa magister manajemen fakultas ekonomi universitas andalas padang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. 4(1):210-224.
- Resyita, C.P. dan Khoiriyah, R. 2023. Pengaruh digitalisasi, literasi keuangan, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*. 2 (2):204-213. doi: <http://dx.doi.org/10.22515/juebir.v2i2.8152>

- Riyadi, S., Nurdin, N., dan Aulia, A.D. 2022. Analisis risk and return investasi pada instrumen cryptocurrency di Indonesia tahun 2019-2021. *MANOR: Jurnal Manajemen dan Organisasi Review*, 4 (2):155-167. doi: <https://doi.org/10.47354/mjo.v4i2.402>
- Royantara, M.O., Wijaya, A., Sugiarti, R., dan Suhariadi, F. 2025. Peran FOMO (Fear of missing out) dalam meningkatkan kecemasan terhadap media sosial pada generasi z. *EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies*, 5(1):426–441. doi: <https://doi.org/10.47467/edu.v5i1.6503>
- Sinaga, A.J.N. dan Usman, O. 2025. Influence of FOMO, information, and influencers on crypto investment decisions. *International Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM)*, 3(1):2001-2018. doi: <https://doi.org/10.21009/ISC-BEAM.013.150>
- Sulistyo, Y. dan Pertiwi, T.K. 2025. The Influence of Financial Literacy, Technological Advancement, Fear of Missing Out, and Risk Perception on Cryptocurrency Investment Interest among Generation Z in Surabaya. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 4(8):3913–3926. doi: <https://doi.org/10.55927/eajmr.v4i8.343>
- Tandelilin, E. 2017. *Pasar modal manajemen portofolio dan investasi*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Taşhan, A. 2025. The Cryptocurrency Market: A scale development study on the behaviors of investors. *Technium Social Sciences Journal*, 69:259–269. doi: <https://doi.org/10.47577/tssj.v69i1.12548>
- UICI. 2023. Mengenal 6 macam generasi di Indonesia sesuai tahun lahir, kamu termasuk yang mana?. URL: <https://uici.ac.id/mengenal-6-macam-generasi-di-indonesia-sesuai-tahun-lahir-kamu-termasuk-yang-mana/>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2025.
- Wilamsari, F., Ana, S.R. dan Musriati, T. 2025. Investor Behaviour Analysis: The Impact Financial Performance, FOMO and Financial Literacy on Generation Z Investment Decisions. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan dan Pajak*, 9(1):8–14. doi: <https://doi.org/10.30741/assets.v9i1.1505>