

Pengaruh Media Sosial dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Keputusan Investasi pada Kalangan Generasi Z dengan Persepsi Risiko dan Literasi Keuangan sebagai

Variabel Mediasi

Adita Rizki Ramadhani

NIM 21/479950/EK/23565

Program Studi Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

adita.rizki.ramadhani@mail.ugm.ac.id

Dosen Pembimbing: Gunawan Wibisono, SE., M.Acc., CA

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh media sosial dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi pada kalangan Generasi Z dengan persepsi risiko dan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan model pengambilan sampel *convenience sampling*. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang pernah melakukan investasi dan aktif menggunakan media sosial. Data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari instrumen penelitian kuesioner daring menggunakan *Google Forms*. Data berhasil dikumpulkan dari 307 responden. Data diolah menggunakan metode analisis data SEM-PLS dan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.9.6. Landasan teori pada penelitian ini didasarkan pada *Self-Determination Theory* dan *Theory of Planned Behaviour*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan keputusan investasi pada kalangan Generasi Z, FOMO berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi pada kalangan Generasi Z, persepsi risiko memediasi secara positif dan signifikan mempengaruhi dampak FOMO terhadap keputusan investasi Generasi Z, persepsi risiko memediasi secara positif dan signifikan mempengaruhi dampak media sosial terhadap keputusan investasi Generasi Z, persepsi risiko memediasi secara negatif dan tidak signifikan mempengaruhi dampak media sosial terhadap keputusan investasi Generasi Z, dan literasi keuangan memediasi secara positif dan signifikan mempengaruhi dampak media sosial terhadap keputusan investasi Generasi Z.

Kata kunci: media sosial, *fear of missing out*, keputusan investasi, Generasi Z, *self-determination theory*, *theory of planned behaviour*, SEM-PLS

The Influence of Social Media and Fear of Missing Out (FOMO) on Investment Decisions Among Generation Z with Risk Perception and Financial Literacy as Mediating Variables

Adita Rizki Ramadhani
NIM 21/479950/EK/23565
Program Studi Akuntansi, Universitas Gadjah Mada
adita.rizki.ramadhani@mail.ugm.ac.id
Dosen Pembimbing: Gunawan Wibisono, SE., M.Acc., CA

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of social media and Fear of Missing Out (FOMO) on investment decisions among Generation Z, with risk perception and financial literacy as mediating variables. The research adopts a quantitative method using a convenience sampling model. The population of the study comprises Generation Z individuals who have made investments and are active social media users. Primary data was collected through an online questionnaire distributed via Google Forms, resulting in a total of 307 responses. The data was analyzed using the SEM-PLS method and SmartPLS version 4.0.9.6 software. The theoretical framework of this study is based on Self-Determination Theory and the Theory of Planned Behavior. The results indicate that the social media variable has a positive and significant effect on investment decisions among Generation Z. Meanwhile, FOMO has a positive but not significant effect on investment decisions among Generation Z. Risk perception positively and significantly mediates the effect of FOMO on investment decisions among Generation Z and also positively and significantly mediates the effect of social media on investment decisions among Generation Z. However, risk perception negatively and insignificantly mediates the effect of social media on investment decisions among Generation Z. Additionally, financial literacy positively and significantly mediates the effect of social media on investment decisions among Generation Z.

Keywords: *social media, fear of missing out, investment decisions, Generation Z, self-determination theory, theory of planned behavior, SEM-PLS*