

PERSEPSI RISIKO, *FINANCIAL SELF-EFFICACY* DAN MINAT INVESTASI EMAS PADA GENERASI Z

Irni Rahmayani Johan^{*)}, Shafa Ariella Azariani

Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor,
Jl. Raya Darmaga Kampus IPB Darmaga, Bogor, 16680, Indonesia

^{*)}E-mail: irni_johan@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Emas merupakan produk investasi berisiko rendah, tetapi keputusan untuk berinvestasi emas dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti persepsi risiko dan *financial self-efficacy*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik responden, persepsi risiko, *financial self-efficacy*, dan minat investasi emas pada Generasi Z di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan desain eksplanatori, penelitian ini melibatkan 188 responden berusia 17–26 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat investasi emas, sedangkan jumlah tanggungan dan usia berpengaruh positif. Selain itu, analisis regresi mengungkap bahwa usia dan jumlah tanggungan secara signifikan meningkatkan minat investasi emas. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang faktor psikologis yang memengaruhi keputusan investasi, khususnya pada Generasi Z. Secara praktis, temuan ini memberikan wawasan penting bagi lembaga keuangan untuk lebih fokus mengurangi persepsi risiko yang dapat menjadi penghalang minat investasi. Program edukasi yang meningkatkan pemahaman masyarakat tentang risiko dan potensi keuntungan investasi emas dapat membantu mendorong partisipasi Generasi Z dalam investasi emas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh variabel eksternal, seperti budaya, sosialisasi keuangan keluarga, dan pengaruh media terhadap keputusan investasi Generasi Z, sehingga dapat memperkaya pemahaman mengenai faktor-faktor yang membentuk perilaku investasi di kalangan generasi muda.

Kata kunci: efikasi diri keuangan, generasi Z, investasi emas, minat investasi, persepsi risiko

Risk Perception, Financial Self-Efficacy, and Interest in Gold Investment among Gen-Z

Abstract

Gold is considered a low-risk investment product; however, the decision to invest in gold is influenced by factors such as risk perception and financial self-efficacy. This study aims to analyze the influence of respondent characteristics, risk perception, financial self-efficacy, and interest in gold investment among Generation Z in Indonesia. Using a quantitative approach with an explanatory design, the study involved 188 respondents aged 17-26 years. The findings reveal that risk perception negatively affects interest in gold investment, while the number of dependents and age positively influence investment interest. Furthermore, regression analysis shows that age and the number of dependents significantly increase interest in gold investment. The theoretical implications of this study contribute to a deeper understanding of psychological factors affecting investment decisions, particularly among Generation Z. Practically, the findings offer valuable insights for financial institutions to focus on reducing risk perception, which may hinder investment interest. Educational programs that raise awareness about the risks and potential returns of gold investment can help increase Generation Z's participation in this investment sector. Future research is encouraged to explore the influence of external variables, such as culture, family financial socialization, and media influence, on Generation Z's investment decisions to further enrich the understanding of factors shaping investment behavior among young generations.

Keywords: financial self-efficacy, generation Z, gold investment, investment interest, risk perception

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan pesatnya akses informasi telah memengaruhi pengetahuan serta sikap masyarakat dalam mengelola keuangan, termasuk dalam memilih investasi untuk melindungi dan meningkatkan nilai kekayaan.

Investasi kini menjadi pilihan populer di kalangan masyarakat, termasuk di Indonesia, untuk menjaga nilai uang dari inflasi atau bahkan meningkatkan nilai kekayaan. Survei Populix (2022) mengungkapkan bahwa 72 persen penduduk Indonesia telah mulai berinvestasi, meningkat signifikan dibandingkan

44 persen pada 2021. Tren ini diperkirakan akan terus bertumbuh seiring dengan semakin mudahnya akses serta bertambahnya variasi produk investasi di pasar (Hidayat, 2022).

Dari berbagai instrumen investasi yang tersedia, emas menonjol sebagai salah satu pilihan yang paling diminati. Berdasarkan survei JakPat (2022), sebanyak 48 persen dari 2.333 responden berusia 15–44 tahun di Indonesia memilih emas sebagai instrumen investasi utama mereka, diikuti oleh reksadana dengan 34 persen (Annur, 2022a). Popularitas emas didorong oleh perannya sebagai instrumen diversifikasi portofolio serta kemampuannya melindungi nilai kekayaan dari inflasi di tengah ketidakpastian ekonomi (Garg, 2020). Selain itu, survei Populix (2022) mencatat bahwa 48 persen responden berencana berinvestasi emas batangan di masa depan, diikuti oleh emas perhiasan dan saham. Hal ini menunjukkan adanya minat investasi emas yang cukup tinggi di masyarakat.

Namun, meskipun emas populer, preferensi investasi di kalangan Generasi Z (Gen Z) cukup kompleks. Sebagai *digital natives*, Gen Z sangat akrab dengan teknologi dan lebih terbuka terhadap instrumen investasi berbasis digital, seperti saham, cryptocurrency, dan teknologi keuangan (*fintech*). Generasi ini juga menunjukkan ketertarikan pada *green investment*, yaitu investasi yang mendukung keberlanjutan lingkungan dan praktik bisnis ramah lingkungan (Pasiusiene *et al.*, 2024). Meskipun emas secara tradisional tidak dianggap sebagai *green investment* karena proses penambangannya sering kali merusak lingkungan dan memiliki dampak ekologis, saat ini terdapat upaya menghasilkan emas secara lebih berkelanjutan, seperti melalui penambangan ramah lingkungan dan daur ulang emas. Seiring perkembangan zaman, investasi emas kini juga tersedia dalam bentuk digital. Pilihan investasi emas digital banyak ditawarkan oleh platform-platform yang menyediakan produk investasi, seperti DANA, Pegadaian Digital, dan Bareksa. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana minat Gen Z terhadap emas dapat dipengaruhi oleh semakin meningkatnya opsi investasi.

Meskipun emas dianggap sebagai produk investasi berisiko rendah dibandingkan instrumen lainnya, tidak dapat dipungkiri bahwa investasi emas tetap memiliki risiko. Jusuf (2018) menjelaskan bahwa risiko yang dirasakan oleh setiap individu merupakan persepsi terhadap konsekuensi dan ketidakpastian yang dikhawatirkan sebelum terlibat dalam suatu

aktivitas. Persepsi risiko dianggap sebagai salah satu faktor utama dalam pengambilan keputusan individu. Setiap individu akan menyusun strategi untuk mengurangi kemungkinan kerugian hingga mencapai tingkat toleransi risiko yang wajar. Persepsi risiko ini bersifat subjektif dan dapat berbeda antara individu satu dengan lainnya.

Melihat risiko yang dirasakan individu terkait investasi emas, pengelolaan keuangan yang baik menjadi penting untuk meminimalkan potensi risiko. Penelitian Lestari *et al.* (2022) menyebutkan bahwa perilaku keuangan memengaruhi keputusan investasi seseorang. Rendahnya kemampuan dalam mengelola keuangan, seperti kesulitan memisahkan dana untuk kebutuhan pribadi dan investasi, dapat berdampak negatif pada keputusan investasi (Subaidal & Hakiki, 2021). Pengelolaan keuangan ini juga erat kaitannya dengan *financial self-efficacy*, yaitu keyakinan seseorang terhadap keterampilan dan kemampuannya dalam mencapai keberhasilan keuangan. *Financial self-efficacy* mendasari kepercayaan individu terhadap tindakan yang diambil untuk mencapai tujuan keuangan yang telah direncanakan (Ulumudiniati & Asandimitra, 2022). Penelitian Anastasia dan Lestartio (2020) menemukan bahwa *financial self-efficacy* memengaruhi preferensi wanita dalam memilih pinjaman, kartu kredit, dan produk keuangan lainnya. Lebih lanjut, Farrell *et al.* (2016) menunjukkan bahwa wanita dengan pengalaman manajemen keuangan yang baik cenderung memilih produk investasi ketika dewasa. Sebaliknya, wanita dengan pengalaman manajemen keuangan yang negatif sejak masa kanak-kanak hingga remaja lebih cenderung memilih produk pinjaman untuk mencapai tujuan hidupnya.

Survei Alvara Research Center pada 2022 mengungkapkan bahwa Generasi Z menghabiskan lebih banyak waktu di internet dibandingkan kelompok usia lain di Indonesia (Annur, 2022b). Survei ini juga menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki akses yang luas ke berbagai sumber informasi, termasuk informasi terkait investasi. Hal ini diperkuat oleh survei Zigi.id & Katadata Insight Center (2021), yang menemukan bahwa Generasi Z rutin mengalokasikan pengeluaran untuk kebutuhan komunikasi, seperti biaya internet dan pulsa. Namun, survei tersebut juga mencatat bahwa lebih dari setengah responden Generasi Z (53,5%) memiliki pengeluaran yang lebih besar daripada pendapatannya. Akibatnya, banyak dari mereka memilih berutang untuk memenuhi kebutuhan pengeluarannya.

Melihat fenomena yang terjadi pada Generasi Z, menarik untuk mengeksplorasi bagaimana faktor internal, seperti persepsi risiko dan *financial self-efficacy*, memengaruhi minat investasi di kalangan generasi ini. Persepsi risiko dan *financial self-efficacy* adalah faktor internal yang dapat menciptakan perbedaan antar individu, tergantung pada berbagai faktor lain yang memengaruhi individu sepanjang hidupnya. Sumarwan (2015) menjelaskan dalam teori perilaku konsumen bahwa perbedaan individu merupakan salah satu dari tiga faktor utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Perbedaan individu ini mencakup delapan elemen, termasuk persepsi dan konsep diri, yang memengaruhi cara seseorang memandang sesuatu dan dirinya sendiri, serta keputusan yang diambil, termasuk keputusan pembelian, seperti membeli emas.

Studi sebelumnya oleh Poeteri *et al.* (2021) menunjukkan bahwa minat investasi generasi milenial dalam menggunakan aplikasi pinjaman P2P dipengaruhi oleh persepsi risiko. Di sisi lain, penelitian Akhtar dan Das (2019) di India menemukan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh terhadap minat individu untuk berinvestasi di pasar keuangan. Sebaliknya, Elfahmi *et al.* (2020) menemukan bahwa *financial self-efficacy* sebagai variabel moderasi tidak memengaruhi minat investasi di bursa efek di kalangan pelajar di Indonesia. Ragam hasil dari studi-studi sebelumnya ini menjadikan topik ini menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan tinjauan dan pemaparan sebelumnya, peneliti menduga bahwa persepsi risiko dan *financial self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap minat investasi emas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi risiko, *financial self-efficacy*, minat investasi emas, serta karakteristik Generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis hubungan antara karakteristik Generasi Z, persepsi risiko, *financial self-efficacy*, dan minat investasi emas, serta mengkaji pengaruh karakteristik, persepsi risiko, dan *financial self-efficacy* terhadap minat investasi emas di kalangan Generasi Z. Kerangka pemikiran

tersaji pada Gambar 1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi di kalangan generasi muda, khususnya dalam konteks investasi emas.

METODE

Desain Penelitian, Lokasi, dan Waktu

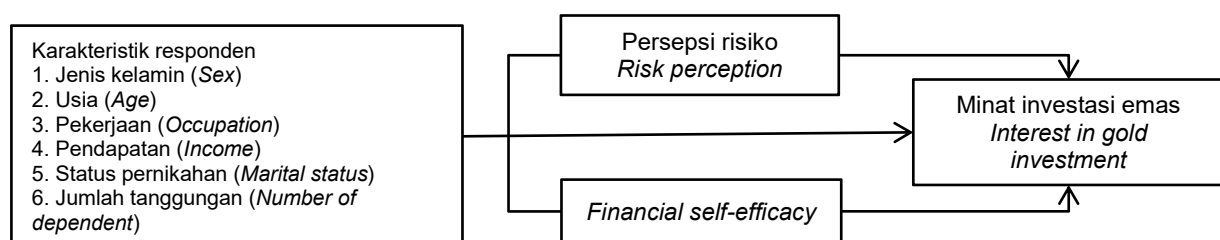
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori dan bersifat deskriptif untuk menganalisis pengaruh karakteristik responden, persepsi risiko, dan *financial self-efficacy* terhadap minat investasi emas. Data dikumpulkan secara online guna menjangkau wilayah yang luas di Indonesia, berlangsung dari November 2022 hingga Juni 2023.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini adalah generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dengan sampel berjumlah 188 responden. Kriteria responden meliputi Warga Negara Indonesia (WNI), berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Indonesia, dan belum pernah berinvestasi emas. Generasi Z dipilih karena mereka merupakan kelompok populasi terbesar di Indonesia, berada pada usia yang cukup untuk mengelola keuangan sendiri, mulai memiliki penghasilan, dan menunjukkan minat terhadap investasi, termasuk emas. Sampel diambil menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik *voluntary sampling*.

Prosedur Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarluaskan menggunakan sarana Google Form. Tautan kuesioner dibagikan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti WhatsApp Group, Instagram, dan Twitter, disertai instruksi pengisian yang jelas. Penggunaan kuesioner daring memungkinkan pengumpulan data secara lebih cepat, efisien, dan mencakup wilayah yang luas.



Gambar 1 Kerangka pemikiran
Figure 1 Theoretical framework

Tabel 1 Sebaran responden berdasarkan karakteristik demografi (n=188)
 Table 1 Distribution of respondents based on demographic characteristics (n=188)

Karakteristik Responden <i>Respondent Characteristic</i>	n	%	Karakteristik Responden <i>Respondent Characteristic</i>	n	%
Jenis kelamin <i>Gender</i>			Pekerjaan <i>Work status</i>		
Laki-laki <i>Male</i>	27	14,4	Belum bekerja <i>Student/unemployed</i>	157	84,5
Perempuan <i>Female</i>	161	85,6	Sudah bekerja <i>Employed</i>	31	15,5
Usia (tahun) <i>Age (years old)</i>			Pendapatan/uang saku <i>Income/allowances</i>		
≤ 20	36	19,3	<Rp1.000.000,00	86	45,7
21	58	30,9	Rp1.000.000,00 – Rp2.500.000,00	76	40,4
22	59	31,4	Rp500.001,00 – Rp5.000.000,00	20	10,6
23	21	11,2	>Rp5.000.000,00	6	3,3
24	4	2,1	Status pernikahan <i>Marital status</i>		
25	4	2,1	Belum menikah <i>Single</i>	186	98,9
26	6	3,2	Menikah <i>Married</i>	2	1,1
Domisili <i>Domicille</i>			Jumlah tanggungan <i>Number of dependent</i>		
Jawa <i>Java</i>	163	86,7	0	132	70,5
Luar Jawa <i>Outside Java</i>	25	13,3	1	42	22,3
Pendidikan terakhir <i>Education</i>			>1	14	7,2
SMA <i>Highschool</i>	147	78,2			
Diploma/Sarjana/Pascasarjana <i>Undergraduate/Postgraduate</i>	41	21,8			

Pengukuran dan Penilaian Variabel

Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari persepsi risiko dan *financial self-efficacy*, sementara variabel dependen adalah minat investasi emas. Persepsi risiko didefinisikan sebagai anggapan responden terkait dengan risiko yang mungkin timbul dari berinvestasi emas. Pengukuran variabel ini menggunakan instrumen yang diadaptasi dan dimodifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Ainia dan Lutfi (2019), dengan *Cronbach's alpha* sebesar 0,850.

Financial self-efficacy, diartikan sebagai keyakinan individu akan kemampuannya dalam mengelola keuangan untuk mencapai tujuan finansial yang telah ditetapkan. Untuk mengukur variabel ini, digunakan instrumen *Financial Self-Efficacy Scale* (FSES) yang dikembangkan oleh Lown (2011), dengan *Cronbach's alpha* sebesar 0,731.

Minat investasi emas, yang didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk membeli

produk investasi emas, diukur dengan instrumen yang diadaptasi dari Lestari *et al.* (2022), dengan *Cronbach's alpha* sebesar 0,815. Semua instrumen untuk masing-masing variabel menggunakan skala Likert 4 poin: sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Seluruh item dalam instrumen persepsi risiko dan minat investasi emas dinyatakan valid (nilai validitas >0,3). Namun, pada variabel *financial self-efficacy*, terdapat satu item pernyataan yang dihapus, yaitu item dengan kode FSE2.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi Microsoft Excel dan SPSS (Statistical Product and Service Solution). Microsoft Excel digunakan untuk tahap *data cleaning, coding, entering, dan scoring*. SPSS digunakan untuk uji validitas, uji reliabilitas, serta analisis data deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden melalui distribusi frekuensi, nilai minimum, nilai

maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Kategori yang digunakan mengacu pada Chen dan Tung (2014), yaitu rendah (≤ 60), sedang (60,01–79,99), dan tinggi (≥ 80). Untuk analisis statistik, uji korelasi Spearman, Kendall's tau-b, dan Pearson digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara karakteristik responden, persepsi risiko, *financial self-efficacy*, dan minat investasi emas. Selanjutnya, uji regresi linier berganda diterapkan untuk menilai pengaruh karakteristik responden, persepsi risiko, dan *financial self-efficacy* terhadap minat investasi emas.

HASIL

Karakteristik Sosiodemografi

Sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan (85,6%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 22 tahun (31,4%) dan 21 tahun (30,9%). Dari segi domisili, sebagian besar responden (86,7%) berdomisili di Pulau Jawa. Pendidikan mayoritas responden setara dengan Sekolah Menengah Atas (SMA) atau pendidikan selama 12 tahun (77,7%). Sebagian besar responden (83,5%) belum bekerja, dengan mayoritas berstatus sebagai mahasiswa atau pelajar. Pendapatan terbanyak responden adalah kurang dari satu juta rupiah (45,7%). Hampir seluruh responden (98,9%) berstatus belum menikah, dan sebagian besar (70,5%) tidak memiliki tanggungan. Data rinci karakteristik ini ditampilkan pada Tabel 1.

Persepsi Risiko, *Financial Self-Efficacy*, dan Minat Investasi Emas

Sebagian besar responden memiliki persepsi risiko yang rendah, yang menunjukkan pandangan bahwa risiko investasi emas cenderung kecil serta emas dianggap sebagai produk investasi yang memiliki kinerja baik. Mayoritas responden percaya bahwa investasi

emas menawarkan prospek menguntungkan, potensi peningkatan nilai di masa depan, dan peran penting dalam mencapai sasaran keuangan mereka. Responden juga meyakini bahwa emas dapat memberikan keuntungan signifikan dalam jangka panjang.

Dalam hal *financial self-efficacy*, banyak responden yang mengaku mampu menjaga disiplin dalam mengikuti anggaran pengeluaran mereka. Sebagian besar juga merasa terdorong untuk terus maju dan mencapai tujuan finansial mereka. Sebagian besar lainnya merasa tenang dan yakin bahwa mereka tidak akan kehabisan dana saat memasuki masa pensiun. Namun, ada yang cenderung memilih berutang jika harus menghadapi pengeluaran tak terduga. Selain itu, lebih dari setengah responden mengalami kesulitan dalam mencari solusi saat menghadapi masalah keuangan, dan hampir separuh dari mereka merasa kurang yakin dengan kemampuan mereka dalam mengatur keuangan pribadi.

Tabel 2 menunjukkan bahwa tujuh dari sepuluh responden dikategorikan memiliki tingkat *financial self-efficacy* yang rendah, dan kurang dari sepuluh persen responden terkategori tinggi. Responden dengan *financial self-efficacy* yang rendah adalah responden yang kurang memiliki kepercayaan diri dalam melakukan pengelolaan keuangan, mudah khawatir akan keuangannya di masa depan, dan sulit membuat kemajuan dalam hal situasi keuangannya. Sementara itu, responden dengan kategori cukup tergolong percaya diri dalam mengelola keuangannya, namun masih khawatir akan kondisi keuangannya di masa depan, dan cenderung belum konsisten pada perencanaan keuangannya. Responden dengan *financial self-efficacy* kategori baik memiliki keyakinan dalam pengelolaan keuangannya, dapat melakukan pengelolaan keuangan dengan baik, dan merasa aman akan kondisi keuangannya di masa depan.

Tabel 2 Kategori persepsi risiko, *financial self-efficacy*, dan minat investasi emas (n=188)
Table 2 Categories of risk perception, *financial self-efficacy*, and interest in gold investment (n=188)

Kategori Categories	%		
	Persepsi Risiko Risk Perception	<i>Financial Self-Efficacy</i>	Minat Investasi Emas Interest in Gold Investment
Rendah ($\leq 60,00$) Low ($\leq 60,00$)	100,0	72,9	25,5
Sedang (60,01-79,99) Moderate (60,01-79,99)	0,0	17,6	57,5
Tinggi ($\geq 80,00$) High ($\geq 80,00$)	0,0	9,5	17,0
Minimum-maksimum Minimum-maximum	0,00-55,56	6,66-100	33,33-100
Rataan±Standar Deviasi Mean±Standard Deviation	25,26±13,63	53,191±17,52	68,77±13,13

Tabel 3 Uji korelasi karakteristik sosiodemografi, persepsi risiko, *financial self- efficacy*, dan minat investasi emas (n=188)

Table 3 Correlation test of sociodemographic characteristics, risk perception, financial self-efficacy, and interest in gold investment (n=188)

Karakteristik Characteristics	Persepsi Risiko Risk Perception	Financial Self- Efficacy	Minat Investasi Emas Interest in Gold Investment
Usia (tahun) Age (years)	-0,027	0,137	0,172*
Jenis kelamin (0=laki-laki, 1=perempuan) Gender (0=male, 1=female)	0,029	-0,030	0,004
Pekerjaan (0=tidak bekerja, 1=bekerja) Working status (0=not working, 1= working)	0,019	-0,027	0,080
Pendapatan/uang saku (rupiah) Income/allowance (IDR)	0,048	0,013	0,030
Pendidikan (tahun) Education (years)	-0,027	-0,086	0,112
Status pernikahan (0=belum menikah, 1=menikah) Marital status (0=single; 1=married)	-0,072	0,018	0,057
Jumlah tanggungan (orang) Number of dependent	-0,023	0,175*	0,145*
Persepsi risiko (indeks) Risk perception (index)	1	0,015	-0,709**
Financial self-efficacy (indeks) Financial self-efficacy (index)	0,015	1	0,081
Minat investasi emas (indeks) Interest in gold investment (index)	-0,709**	0,081	1

Keterangan: *) signifikan pada $p < 0,05$; **) signifikan pada $p < 0,001$ Note. *)significant at $p < 0,05$; **)significant at $p < 0,001$

Sebagian besar responden menunjukkan minat yang kuat terhadap investasi emas, yang didorong oleh pemahaman yang mereka miliki mengenai produk tersebut. Mereka juga cenderung merekomendasikan kepada rekan-rekan mereka untuk berpartisipasi dalam investasi emas. Mayoritas responden lebih memilih untuk berinvestasi dalam emas ketimbang menabung. Banyak responden secara aktif mencari informasi mengenai produk investasi emas. Ketertarikan mereka sebagian besar berasal dari informasi yang telah mereka terima, serta keyakinan bahwa investasi emas menawarkan potensi yang signifikan. Hampir seluruh responden menganggap investasi emas sebagai alternatif yang menarik, dan mayoritas dari mereka menyatakan niat untuk memulai investasi segera setelah dana mereka mencukupi.

Berdasarkan kategorisasi yang ditampilkan pada Tabel 2, lebih dari setengah responden memiliki minat investasi emas pada kategori sedang dan 17 persen responden terkategori tinggi. Responden dengan kategori minat investasi tinggi memiliki ketertarikan yang tinggi pada produk investasi emas dan menyatakan akan segera berinvestasi emas terutama saat memiliki dana yang cukup. Sementara itu,

responden dengan kategori minat investasi yang rendah adalah responden yang kurang mempercayai produk emas sebagai investasi dan cenderung pasif dalam mencari informasi mengenai produk emas, sedangkan responden dengan kategori minat investasi sedang, sebenarnya memiliki ketertarikan untuk berinvestasi emas tetapi masih ragu untuk mengalokasikan uangnya untuk investasi dibanding menabung uang di bank.

Analisis terhadap jawaban responden mengindikasikan bahwa bentuk investasi emas yang paling diminati adalah emas batangan, sementara investasi emas perhiasan tercatat sebagai pilihan kedua yang paling populer. Dalam konteks ini, emas digital kurang diminati, dan koin emas menjadi pilihan yang paling rendah peminatnya. Temuan ini mencerminkan preferensi responden yang lebih condong kepada emas fisik dibandingkan dengan bentuk digital. Walaupun kedua opsi investasi memiliki karakteristik positif dan negatif, responden tampaknya tidak merasa keberatan dengan harga yang lebih tinggi untuk emas fisik, termasuk biaya penyimpanan dan pembuatan. Terutama dalam hal perhiasan, biaya produksi sering kali meningkat karena kompleksitas desain yang beragam.

Hubungan Karakteristik Sosiodemografi dengan Persepsi Risiko, *Financial Self-Efficacy*, dan Minat Investasi Emas

Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan positif antara jumlah tanggungan dengan *financial self-efficacy* (0,175) dan minat investasi emas (0,145). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyak tanggungan seseorang, semakin tinggi keyakinannya dalam mengelola keuangan serta ketertarikannya terhadap investasi emas. Selain itu, usia juga memiliki hubungan positif dengan *financial self-efficacy* dan minat investasi emas, yang menunjukkan bahwa responden yang lebih tua cenderung lebih percaya diri secara finansial dan lebih berminat untuk berinvestasi emas. Di sisi lain, ditemukan hubungan negatif antara persepsi risiko dan minat investasi emas sebesar -0,681. Artinya, semakin tinggi persepsi risiko seseorang terhadap investasi emas, semakin rendah minatnya untuk berinvestasi (Tabel 3).

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan atau uang saku, pendidikan, serta status pernikahan dengan persepsi risiko, *financial self-efficacy*, atau minat investasi emas. Selain itu, variabel *financial self-efficacy* tidak memiliki hubungan signifikan

dengan minat investasi emas, sehingga keyakinan individu terhadap kemampuan finansialnya tidak memengaruhi ketertarikannya terhadap investasi emas (Tabel 3).

Pengaruh Karakteristik Sosiodemografi, Persepsi Risiko, *Financial Self-Efficacy* terhadap Minat Investasi Emas

Data dalam studi ini telah memenuhi syarat uji asumsi klasik, sehingga dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat investasi emas ($B = -0,677$; $p = 0,000$). Artinya, setiap peningkatan persepsi risiko sebesar satu poin akan menurunkan indeks minat investasi emas sebesar 0,677 poin. Selain itu, karakteristik sosiodemografi seperti usia ($B = 0,933$; $p = 0,049$) dan jumlah tanggungan ($B = 1,483$; $p = 0,066$) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat investasi emas. Ini berarti bahwa setiap peningkatan usia responden berpotensi meningkatkan minat investasi emas sebesar 0,933 poin. Begitu pula dengan jumlah tanggungan, setiap penambahan satu orang tanggungan akan meningkatkan minat investasi emas sebesar 1,483 poin. Rincian lebih lengkap disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4 Uji regresi berganda karakteristik demografi, persepsi risiko, dan *financial self-efficacy* terhadap minat investasi emas (n=188)

Table 4 Multiple regression test of demographic characteristics, risk perception, and financial self-efficacy on interest in gold investment (n=188)

Variabel Variable	Unstandardized B	Standardized β	Sig.
(Konstanta) <i>Constanta</i>	30,340		0,000
Usia (tahun) <i>Age (years)</i>	0,933	0,116	0,049*
Jenis kelamin (0=laki-laki, 1=perempuan) <i>Gender (0=male, 1=female)</i>	1,848	0,049	0,351
Pekerjaan (0=tidak bekerja, 1=bekerja) <i>Working status (0=not working, 1=working)</i>	-0,195	-0,006	0,940
Pendapatan/Uang saku (rupiah) <i>Income/allowance (IDR)</i>	0,167	0,012	0,844
Pendidikan (tahun) <i>Education (years)</i>	0,674	0,042	0,515
Status pernikahan (0=belum menikah, 1=menikah) <i>Marital status (0=single, 1=married)</i>	-0,623	-0,005	0,925
Jumlah tanggungan (orang) <i>Number of dependent (person)</i>	1,483	0,102	0,066*
Persepsi risiko (indeks) <i>Risk perception (index)</i>	-0,677	-0,703	0,000**
<i>Financial self-efficacy</i> (indeks) <i>Financial self-efficacy (index)</i>	0,059	0,078	0,138
	R ²	0,541	
	Adjusted R ²	0,518	
	Sig.	0,000**	
	F	23,351	

Keterangan: *) signifikan pada $p < 0,1$ **) signifikan pada $p < 0,05$

Note. *)significant at $p < 0,05$; **)significant at $p < 0,001$

Nilai Adjusted R Square pada model regresi ini adalah 0,518, yang menunjukkan bahwa 51,8 persen variasi minat investasi emas dapat dijelaskan oleh variabel usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan/uang saku, pendidikan, status pernikahan, jumlah tanggungan, persepsi risiko, dan *financial self-efficacy*. Sisanya, sebesar 48,2 persen, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam studi ini (Tabel 4).

PEMBAHASAN

Studi ini menunjukkan bahwa jumlah tanggungan berhubungan secara positif dan signifikan dengan *financial self-efficacy*, yang mengindikasikan bahwa individu yang memiliki lebih banyak tanggungan cenderung lebih bertanggung jawab dalam memikirkan keuangan di masa depan. Hal ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan oleh Ubaidillah dan Asandimitra (2019), yang menyebutkan bahwa seseorang dengan jumlah tanggungan yang lebih banyak akan lebih memperhatikan dan memantapkan perencanaan keuangannya, salah satunya dengan berusaha untuk menambah aset yang dimiliki. Penelitian ini juga menunjukkan adanya kecenderungan kekhawatiran di kalangan responden terhadap situasi keuangan mereka di masa tua, yang mendorong mereka untuk mengambil langkah-langkah proaktif dalam mengelola keuangan mereka agar dapat mengurangi kemungkinan masalah yang mungkin timbul di masa mendatang. Di sisi lain, karakteristik sosiodemografi lainnya, seperti jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan status pernikahan, tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan persepsi risiko dan *financial self-efficacy*. Kurang meratanya sebaran karakteristik sosiodemografi di antara responden diduga menjadi salah satu penyebab terjadinya hal tersebut, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut mungkin tidak memiliki dampak yang konsisten dalam memengaruhi pandangan responden terhadap risiko dan kepercayaan diri mereka dalam pengelolaan keuangan.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat investasi emas. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga akan membuat minat investasi emas meningkat, hal ini diduga karena individu cenderung mencari cara untuk menciptakan kestabilan finansial yang lebih baik dan mempersiapkan masa depan yang lebih aman bagi anggota keluarga. Purwanto dan Taftazani (2018) menyatakan bahwa peningkatan jumlah tanggungan keluarga membuat pengeluaran

keluarga menjadi lebih besar dan akan menjadi masalah jika tidak diiringi dengan peningkatan pendapatan. Jika dilakukan dengan tepat, investasi merupakan salah satu pilihan efektif untuk akumulasi aset dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Sholeh (2014) menyatakan bahwa investasi emas dapat memberikan keuntungan karena harganya yang terus mengalami peningkatan dan memiliki persentase risiko yang lebih kecil dibandingkan dengan instrumen investasi lain. Investasi emas termasuk dalam kategori investasi yang likuid, yang berarti bahwa aset ini dapat dengan mudah diubah menjadi uang tunai tanpa memerlukan prosedur yang rumit. Keunggulan ini membuatnya lebih mudah dilakukan dibandingkan dengan bentuk investasi lainnya. Selain itu, emas memiliki risiko yang relatif rendah dibandingkan dengan produk investasi lainnya, sehingga potensi kerugian yang mungkin timbul dari investasi ini lebih kecil dan dapat diminimalisir. Hal ini dapat dicapai dengan mempelajari lebih dalam terkait karakteristik produk investasi emas. Santoso *et al.* (2017) menjelaskan bahwa tingkat kedekatan atau familiarity seseorang terhadap suatu produk berkontribusi pada persepsi mereka terhadap risiko. Oleh karena itu, individu yang merasa akrab atau familiar dengan produk investasi, seperti emas, cenderung merasa lebih nyaman dan siap untuk mengambil keputusan investasi. Dalam konteks studi ini, pengalaman buruk atau kerugian dalam investasi sebelumnya dapat meningkatkan persepsi risiko seseorang dan membuat mereka enggan untuk berinvestasi di masa depan. Mereka mungkin menjadi lebih skeptis terhadap pasar atau instrumen investasi tertentu, termasuk emas.

Uji korelasi dan regresi menemukan bahwa usia memiliki hubungan dan pengaruh positif signifikan dengan minat investasi emas. Semakin meningkat usia, semakin bertambah pengalaman sehingga individu biasanya memiliki pandangan jangka panjang dalam hal keuangan. Semakin bertambah usia biasanya individu juga cenderung menghindari risiko (Brooks *et al.*, 2018; Saivasan & Lokhande, 2022). Individu cenderung memilih untuk berinvestasi dalam instrumen yang lebih stabil dan aman, seperti emas, yang dikenal memiliki nilai yang relatif stabil dari waktu ke waktu. Selain itu, emas berfungsi sebagai lindung nilai yang efektif, karena nilainya tidak hanya cenderung stabil tetapi juga dapat meningkat seiring berjalannya waktu. Dengan karakteristik tersebut, investasi emas mampu melindungi nilai kekayaan individu dari risiko penurunan daya beli mata uang, yang sering terjadi akibat inflasi atau ketidakpastian ekonomi. Oleh karena itu,

banyak orang melihat emas sebagai pilihan investasi yang tidak hanya aman, tetapi juga strategis dalam menjaga dan meningkatkan kekayaan mereka di tengah fluktuasi ekonomi yang tidak menentu. Penelitian Tsalitsa (2016) juga menyatakan bahwa semakin bertambah usia, seseorang akan lebih memerhatikan pengelolaan keuangannya. Penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa semakin meningkat usia, kecenderungan untuk mengambil kredit akan menurun dengan alasan lebih memikirkan kenyamanan yang didapat di hari tua dibanding harus memikirkan risiko pembiayaan yang dapat membebani mereka saat sudah tua, sehingga melakukan investasi yang aman dapat menjadi strategi bagi individu untuk mempersiapkan hari tua.

Hasil uji regresi menunjukkan adanya pengaruh negatif signifikan dari persepsi risiko terhadap minat investasi emas. Persepsi risiko yang tinggi dapat menyebabkan seseorang lebih menitikberatkan pada kemungkinan kerugian dibandingkan dengan potensi keuntungan. Mereka mungkin khawatir kehilangan uang mereka dalam investasi dan lebih memilih untuk menjaga keamanan dengan menahan diri dari berinvestasi. Hasil ini selaras dengan studi Almansour *et al.* (2023) yang menjelaskan bahwa salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat investasi seseorang adalah persepsi risiko. Lebih lanjut, Washington *et al.* (2015) membenarkan pengaruh negatif yang terjadi dan menjelaskan bahwa semakin menurunnya persepsi risiko yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin besar ketertarikan seseorang untuk berinvestasi. Tingginya persepsi risiko sering kali dikaitkan dengan ketidakpastian tentang hasil investasi. Jika seseorang merasa bahwa investasi memiliki tingkat ketidakpastian yang tinggi, mereka mungkin merasa tidak nyaman untuk mengambil risiko dan memilih untuk tidak berinvestasi. Berdasarkan hasil kategorisasi persepsi risiko responden, dapat dilihat bahwa seluruh responden memiliki persepsi risiko terhadap emas yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa aman untuk melakukan investasi emas karena menganggap emas memiliki risiko yang kecil, dan memandang bahwa emas memberikan manfaat atau keuntungan bagi mereka. Emas dianggap memiliki nilai yang terkesan stabil dan kinerja yang baik dalam jangka menengah hingga panjang. Robiyanto *et al.* (2021) menyatakan bahwa emas dinilai sebagai produk investasi yang tahan akan inflasi dan baik digunakan untuk keperluan diversifikasi produk investasi.

Studi ini mengindikasikan bahwa *financial self-efficacy* berhubungan positif dengan minat berinvestasi, namun ketika diuji simultan dengan variabel lain pada uji regresi, variabel *financial self-efficacy* tidak menunjukkan pengaruh terhadap minat berinvestasi emas. Hasil sejalan dengan penelitian Sondari dan Sudarsono (2015) yang tidak menemukan pengaruh positif dari keyakinan diri terhadap minat investasi. Individu mungkin lebih dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap risiko investasi emas daripada keyakinan mereka dalam kemampuan finansial mereka sendiri. Jika mereka melihat investasi emas sebagai relatif aman atau memiliki potensi keuntungan yang tinggi, mereka mungkin lebih cenderung untuk berinvestasi meskipun *tingkat financial self-efficacy* mereka rendah. Penelitian Montford dan Goldsmith (2016) menjelaskan bahwa mahasiswa cenderung memiliki produk investasi dan tabungan jika tingkat *financial self-efficacy*nya tinggi. Namun, pada penelitian ini ditemukan cukup banyak responden yang memiliki *financial self-efficacy* yang rendah. Penelitian Sari dan Listiadi (2021) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *financial self-efficacy*, semakin efektif kemampuan mengelola keuangannya. Pada penelitian ini, tingkat *financial self-efficacy* yang rendah juga tergambar dari perilaku pengelolaan keuangannya, yaitu meminjam uang ketika terjadi pengeluaran tak terduga, kesulitan dalam mencari solusi ketika menghadapi tantangan keuangan, dan merasa tidak percaya diri dengan kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi. Selain itu, lebih dari sepertiga responden pada penelitian ini cenderung lebih memilih untuk menabung biasa dibandingkan berinvestasi, lebih dari setengah responden menabung secara teratur setiap bulan dan telah mulai mengalokasikan dana darurat untuk kebutuhan mendesak. Hampir seluruh responden juga menyatakan akan segera berinvestasi emas jika dana yang dimiliki sudah cukup, padahal saat ini emas dapat dibeli dengan dana minimal dan dapat disesuaikan dengan ketersediaan dana yang dimiliki oleh setiap individu, termasuk tersedianya jenis investasi emas berupa emas digital dalam satuan gramasi mulai dari yang kecil hingga besar, walaupun pada penelitian ini responden cenderung memilih emas fisik.

Secara teoritis, temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam perilaku keuangan dan keputusan investasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko adalah faktor psikologis yang dapat memengaruhi keputusan investasi, khususnya di kalangan generasi Z. Implikasi ini memperkaya literatur yang ada dengan menekankan

pentingnya faktor persepsi risiko dalam pengambilan keputusan investasi pada produk yang dianggap relatif aman, seperti emas. Selain itu, hasil penelitian ini juga menambahkan perspektif baru dalam kajian tentang *financial self-efficacy*, dengan menunjukkan bahwa meskipun *financial self-efficacy* merupakan faktor penting dalam keputusan investasi, dalam konteks investasi emas, pengaruhnya tidak sekuat yang diperkirakan. Temuan ini memberikan wawasan baru mengenai teori-teori yang menghubungkan tingkat kepercayaan diri finansial dengan perilaku investasi, yang selama ini lebih banyak diterapkan pada instrumen investasi lainnya.

Keterbatasan penelitian ini adalah sebaran responden berdasarkan karakteristik demografi yang kurang merata, seperti domisili responden yang lebih banyak berada di Pulau Jawa, selain itu, beberapa karakteristik lain juga masih menumpuk pada salah satu, seperti jumlah responden yang mayoritas berjenis kelamin perempuan dan responden yang berstatus belum menikah. Kuesioner juga hanya berisi pertanyaan tertutup dan tidak adanya *indepth interview* sehingga kurang memberikan informasi lanjutan secara lebih detail terkait minat investasi responden dan variabel terkait. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel eksternal, seperti pengaruh budaya, sosialisasi keuangan dari keluarga, serta pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi. Penelitian lebih lanjut dengan menggunakan metode kualitatif juga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan investasi generasi Z dalam produk investasi emas, serta membuka peluang untuk menggali variabel-variabel lain yang mungkin berperan dalam perilaku investasi mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan jenis kelamin, penelitian ini didominasi oleh responden perempuan, dengan sebagian besar berusia 21 tahun. Mayoritas responden berdomisili di Pulau Jawa, telah menyelesaikan pendidikan hingga jenjang SMA, dan berstatus belum menikah. Sebagian besar responden juga belum bekerja dan tidak memiliki tanggungan untuk dibiayai, dengan pendapatan atau uang saku kurang dari satu juta rupiah per bulan. Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki persepsi risiko yang dikategorikan rendah terkait investasi emas. Sebagian besar responden memiliki minat investasi emas dalam kategori sedang, dengan ketertarikan lebih pada jenis emas

batangan atau logam mulia. Sayangnya, sebagian besar responden juga menunjukkan tingkat *financial self-efficacy* yang rendah. Hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara jumlah tanggungan dengan *financial self-efficacy* dan minat investasi emas, serta hubungan positif antara usia dan minat investasi emas. Persepsi risiko sendiri menunjukkan hubungan negatif yang signifikan dengan minat investasi emas. Hasil regresi linier berganda mengindikasikan adanya pengaruh negatif yang signifikan antara persepsi risiko dengan minat investasi emas, sementara *financial self-efficacy* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat investasi emas.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyarankan bahwa meskipun emas dianggap memiliki risiko yang rendah dan kinerja investasi yang baik, persepsi risiko individu dapat memengaruhi minat mereka untuk berinvestasi dalam produk ini. Hal ini menyoroti pentingnya pemahaman yang lebih baik tentang persepsi risiko dan faktor-faktor psikologis lain yang memengaruhi preferensi investasi individu. Untuk itu, penyediaan informasi yang transparan dan mudah diakses mengenai produk investasi emas sangat penting, serta penyelenggaraan program edukasi intensif yang menjelaskan manfaat, risiko, dan potensi keuntungan jangka panjang investasi emas. Program ini dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya generasi Z, melalui seminar, workshop, kampanye publik, dan materi edukasi online. Selain itu, mengingat karakteristik generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi, inovasi dalam produk investasi emas berbasis aplikasi atau platform digital akan lebih menarik minat mereka. Kolaborasi antara pemerintah dan sektor terkait seperti lembaga keuangan juga sangat diperlukan untuk mengadakan program pendidikan, penyediaan layanan investasi, dan promosi investasi emas guna memperluas aksesibilitas dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap investasi emas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainia, N. S. N., & Lutfi, L. (2019). The influence of risk perception, risk tolerance, overconfidence, and loss aversion towards investment decision making. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 21(3), 401–413. <https://doi.org/10.14414/jebav.v21i3.1663>
- Akhtar, F., & Das, N. (2019). Predictors of investment intention in Indian stock markets: Extending the theory of planned

- behaviour. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 97–119. <https://doi.org/10.1108/ijbm-08-2017-0167>
- Almansour, B. Y., Elkrggli, S., & Almansour, A. Y. (2023). Behavioral finance factors and investment decisions: A mediating role of risk perception. *Cogent Economics & Finance*, 11(2). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2239032>
- Anastasia, N., & Lestaritio, M.J. (2020). The Effect of Women's Financial Self-Efficacy on Financial Product Ownership. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(2), 169–182. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i2.2285>
- Annur, C. M. (2022a, August 10). *Survey: Ini platform investasi emas digital terpopuler di Indonesia*. Databoks. Retrieved July 12, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/survei-ini-platform-investasi-emas-digital-terpopuler-di-indonesia>
- Annur, C. M. (2022b, June 29). *Survei: Pecandu internet terbanyak dari kalangan Gen Z*. Databoks. Retrieved July 30, 2024, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/29/survei-pecandu-internet-terbanyak-dari-kalangan-gen-z>
- Brooks, C., Sangiorgi, I., Hillenbrand, C., & Money, K. (2018). Why are older investors less willing to take financial risks? *International Review of Financial Analysis*, 56, 52–72. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2017.12.008>
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>
- Elfahmi, R., & Solikin, I. (2020). Model of student investment intention with financial knowledge as a predictor that moderated by financial selfefficacy and perceived risk. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(1), 165–175. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v1i1.232>
- Farrell, L., Fry, T.R., & Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 54, 85–99. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.07.001>
- Garg, S. (2020). A study of factors influencing investor behaviour towards gold as an investment avenue with factor analysis. *Materials Today: Proceedings*, 37, 2587–2590. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.08.503>
- Hidayat, M. (2022, March 4). Tokopedia: Minat masyarakat investasi emas meningkat selama 3 tahun terakhir. *Liputan6*. Retrieved June 25, 2023 from <https://www.liputan6.com/amp/4901005/tokopedia-minat-masyarakat-investasi-emas-meningkat-selama-3-tahun-terakhir>
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku konsumen di masa bisnis online*. Andi Offset.
- Lestari, D. A., Sokarina, A., & Suryantara, A. B. (2022). Determinan minat investasi di pasar modal. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(1), 70–84.
- Lown, J. M. (2011). Development and validation of a financial self-efficacy scale. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(2), 54–63.
- Montford, W., & Goldsmith, R. E. (2016). How gender and financial self-efficacy influence investment risk taking. *International Journal of Consumer Studies*, 40(1), 101–106. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12219>
- Pasiusiene, I., Podviezko, A., Malakaite, D., Zarskiene, L., Liucvaitiene, A., & Martisiene, R. (2024). Exploring Generation Z's investment patterns and attitudes towards greenness. *Sustainability*, 16(1), 352. <https://doi.org/10.3390/su16010352>
- Poeteri, N. A., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2021). The investment intention among Indonesian millennials via peer-to-peer lending applications. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(4), 787–803. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i4.6352>
- Populix (2022). *Insights and future trends of investment in Indonesia*. Populix. <https://info.populix.co/reports>
- Purwanto, A., & Taftazani, B. M. (2018). Pengaruh jumlah tanggungan terhadap tingkat kesejahteraan ekonomi keluarga pekerja K3L Universitas Padjadjaran. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(2), 33–43. <https://doi.org/10.24198/focus.v1i2.18255>
- Robiyanto, R., Nugroho, B. A., Huruta, A. D., Frensidy, B., & Suyanto, S. (2021). Identifying the role of gold on sustainable investment in Indonesia: The dcc-garch

- approach. *Economies*, 9(3), 119. <https://doi.org/10.3390/economies9030119>
- Saivasan, R., & Lokhande, M. (2022). Influence of risk propensity, behavioural biases and demographic factors on equity investors' risk perception, *Asian Journal of Economics and Banking*, 6(3), 373–403. <https://doi.org/10.1108/AJEB-06-2021-0074>
- Santoso, D., Najib, M., & Munandar, J. M. (2017). Pengaruh persepsi risiko, price consciousness, familiarity, persepsi kualitas, dan citra toko pada minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 9(3), 218–230. <https://doi.org/10.24156/jikk.2016.9.3.218>
- Sari, N. R., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh literasi keuangan, pendidikan keuangan di keluarga, uang saku terhadap perilaku pengelolaan keuangan dengan financial self-efficacy sebagai variabel intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 58–70. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p58-70>
- Sholeh, M. (2014). Emas sebagai instrumen investasi yang aman pada saat instrumen investasi keuangan lain mengalami peningkatan resiko. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 2(2), 1–20.
- Sondari, M. C., & Sudarsono, R. (2015). Using theory of planned behavior in predicting intention to invest: Case of Indonesia. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1(2), 137–141.
- Subaidal, S., & Hakiki F. N. (2021). Pengaruh pengetahuan keuangan dan pengalaman keuangan terhadap perilaku perencanaan investasi dengan kontrol diri sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 14(2), 152–163. <https://doi.org/10.24156/jikk.2021.14.2.152>
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku konsumen teori penerapannya dalam pemasaran* (2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Tsalitsa, A., & Rachmansyah, Y. (2016). Analisis pengaruh literasi keuangan dan faktor demografi terhadap pengambilan kredit pada PT. Columbia cabang Kudus. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 31(1), 1–13. <https://doi.org/10.24856/mem.v31i1.280>
- Ubaidillah, H. L., & Asandimitra, N. (2019). Pengaruh demografi, dan literasi keuangan terhadap perilaku menabung masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 242–249.
- Ulumudiniati, M., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh financial literacy, financial self-efficacy, locus of control, parental income, love of money terhadap financial management behavior: Lifestyle sebagai mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 51–67. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p51-67>
- Washington, M., Shirley, E., Lisset, G., & Regina, R. (2015). Students' perceived risk and investment intention: the effect of brand equity. *Management & Marketing*, 10(3), 208–225. <https://doi.org/10.1515/mmcks-2015-0015>
- Zigi.id & Katadata Insight Center. (2021). *Perilaku keuangan Generasi Z & Y*. Katadata Insight Center. <https://kic.katadata.co.id/insights/33/survei-perilaku-keuangan-generasi-z>