

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, DIGITALISASI, FOMO
(*FEAR OF MISSING OUT*) DAN RELIGIUSITAS TERHADAP
KEPUTUSAN INVESTASI EMAS DI PEGADAIAN DIGITAL**

(Studi Kasus pada Generasi Z Kabupaten Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

DWI RISKIYANI

NIM 40122018

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, DIGITALISASI, FOMO
(*FEAR OF MISSING OUT*) DAN RELIGIUSITAS TERHADAP
KEPUTUSAN INVESTASI EMAS DI PEGADAIAN DIGITAL**
(Studi Kasus pada Generasi Z Kabupaten Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

DWI RISKIYANI

NIM 40122018

UDU

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Riskiyani
NIM : 40122018
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Digitalisasi, Fomo (*Fear Of Missing Out*) dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Emas Di Pegadaian Digital (Studi Kasus Pada Generasi Z Kabupaten Pekalongan).

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 23 Juni 2026

Yang menyatakan



Dwi Riskiyani

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Dwi Riskiyani

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

C.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Dwi Riskiyani

NIM : 40122018

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Digitalisasi, Fomo (*Fear Of Missing Out*) dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Emas Di Pengadaan Digital (Studi Kasus Pada Generasi Z Kabupaten Pekalongan).

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 25 Juni 2026
Pembimbing


Pratomo Cahyo Kurniawan, M.AK.
NIP. 198907082020121010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

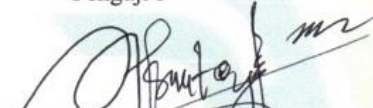
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H
Abdurrahman Wahid Pekalongan Mengesahkan Skripsi Saudari :

Nama : **Dwi Riskiyani**
NIM : **40122018**
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Digitalisasi, Fomo (*Fear Of Missing Out*) dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Emas Di Pegadaian Digital (Studi Kasus Pada Generasi Z Kabupaten Pekalongan).

Telah diujikan pada hari Kamis, 09 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I


Dr. Siti Aminah Cantago, M.Si.

NIP.196809072006042001

Penguji II


Svamsul Arifin, M.E.

NIP.198908312023211022

Pekalongan, 13 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam


Dr. H. A.M. Muh. Khafidz Ma'sum, M.Ag.
NIP 197806162003121003

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sampai mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Ra’d)

Lakukanlah perubahan setiap harinya walaupun perubahan itu kecil



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya. Khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan material maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terimakasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulis Skripsi ini:

1. Kedua orang tua saya Bapak Abdul Aziz dan Ibu Nuripah atas dukungan doa, semangat dan segala pengorbanan yang telah bapak ibu berikan.
2. Kakak saya Nur Arum, terimakasih sudah menjadi bahu untuk bersandar dan semangat hingga sampai di titik ini.
3. Keluarga besar almamater Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen pembimbing Bapak Pratomo Cahyo Kurniawan, M.AK yang selalu memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis.
5. Dosen Wali Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I yang senantiasa memberikan arahan, membimbing dan memotivasi saya selama masa perkuliahan.
6. Sahabat dan teman seperjuangan angkatan 2022 yang telah mendukung dan kebersamaan dalam setiap proses.

ABSTRAK

Dwi Riskiyani, Pengaruh Literasi Keuangan, Digitalisasi, Fomo (*Fear Of Missing Out*) Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Emas Di Pegadaian Digital (Studi Kasus Pada Generasi Z Kabupaten Pekalongan).

Ketidakpastian ekonomi global dan lonjakan harga emas dunia hingga melampaui USD 3.300 per troy ons pada tahun 2025 memperkuat posisi emas sebagai aset *safe haven* pilihan masyarakat. Fenomena ini mendorong tingginya minat Generasi Z di Kabupaten Pekalongan untuk beralih dari investasi emas fisik ke instrumen emas digital yang lebih praktis. Platform Pegadaian Digital menjadi pilihan utama yang paling diminati oleh investor muda karena menawarkan kemudahan transaksi real-time sekaligus keamanan regulasi sebagai entitas BUMN. Namun, kemudahan akses teknologi ini menciptakan penyimpangan perilaku berupa gejala FOMO (*Fear of Missing Out*) yang memicu keputusan investasi cenderung impulsif dan emosional. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, digitalisasi, fear of missing out dan terhadap keputusan investasi emas pada generasi Z di pegadaian digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner). populasi dalam penelitian ini sebanyak 163.412, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 21.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan Investasi. (2) digitalisasi berpengaruh terhadap keputusan investasi. (3) *Fear of missing out* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. (4) religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. (5) Literasi keuangan, digitalisasi, *fear of missing out* dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan investasi. (6) variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 59,5 % sisanya sebesar 40,5 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Literasi keuangan, digitalisasi, fear of missing out, digitalisasi dan Keputusan Investasi

ABSTRACT

Dwi Riskiyani, The influence of financial literacy, digitalization, FOMO (Fear Of Missing Out), and Religiosity on Gold Investment decisions via Pegadaian Digital (A case study of generation Z in Pekalongan Regency).

Global economic uncertainty and the surge in global gold prices, reaching over USD 3,300 per troy ounce by 2025, have strengthened gold's position as a preferred safe haven asset. This phenomenon has driven high interest among Generation Z in Pekalongan Regency in shifting from physical gold investments to more practical digital gold instruments. The Pegadaian Digital platform has become the primary choice for young investors due to its ease of real-time transactions and regulatory security as a state-owned enterprise (BUMN). However, this easy access to technology has created behavioral deviations in the form of FOMO (Fear of Missing Out), which triggers impulsive and emotional investment decisions. The purpose of this study was to determine the influence of financial literacy, digitalization, and fear of missing out on gold investment decisions among Generation Z in digital pawnshops.

This study used a quantitative approach. The data collection method used a questionnaire. The population in this study was 163,412, with a sample of 100 respondents. The sampling technique used purposive sampling. This study used multiple linear regression analysis with SPSS 21.0 as the data analysis method. The results of this study indicate that (1) financial literacy influences investment decisions. (2) digitalization influences investment decisions. (3) fear of missing out does not influence investment decisions. (4) religiosity does not influence investment decisions. (5) financial literacy, digitalization, fear of missing out, and religiosity simultaneously influence investment decisions. (6) the independent variable is able to explain 59.5% of the dependent variable, the remaining 40.5% is influenced by other variables outside this study.

Keywords: financial literacy, digitalization, fear of missing out, digitalization, and investment decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT. karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. H. A.M. Muh. Khafidz Ma'sum, M.ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Bapak Pratomo Cahyo Kurniawan, M.AK selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
7. Dosen wali Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang sudah memberikan bimbingan perkuliahan dan ilmunya dari awal hingga akhir dan memberikan arahan pembuatan judul skripsi sebagai langkah awal tersusunya skripsi ini.
8. Segenap Dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
9. Orang tua, keluarga dan sahabat saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan spiritual

10. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini
11. Sahabat dan teman-teman saya yang telah memberikan semangat, masukan, saran, serta doanya kepada penulis
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal yang berkaitan dengan skripsi.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT. berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 23 Juni
2026

Dwi Riskiyani



DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN DAN MANFAAT	10
D. SISTEMATIKA PENULISAN	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. LANDASAN TEORI	13
B. TELAAH PUSTAKA.....	25
C. KERANGKA BERPIKIR	30
D. HIPOTESIS PENELITIAN.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. JENIS PENELITIAN	34
B. PENDEKATAN PENELITIAN	34
C. SETTING PENELITIAN	34
D. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	34
E. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	36
F. JENIS DAN SUMBER DATA	37
G. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	38
H. METODE ANALISIS DATA	39

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
A. Deskripsi Data	44
1. Deskripsi Data Penelitian.....	44
2. Karakteristik Responden.....	45
B. ANALISIS DATA.....	49
1. Uji Instrumen	53
2. Uji Asumsi Klasik	56
3. Uji Regresi Linier berganda	58
4. Uji Hipotesis	60
5. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	63
C. PEMBAHASAN.....	63
1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi...	63
2. Pengaruh Digitalisasi terhadap Keputusan Investasi	64
3. Pengaruh FOMO (<i>Fear Missing Out</i>) terhadap Keputusan Investasi.....	65
4. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Investasi	66
5. Pengaruh Literasi Keuangan, Digitalisasi, FOMO dan Religiusitas terhadap Keputusan Investasi.....	67
BAB V PENUTUP	68
A. KESIMPULAN	68
B. SARAN.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)

ع	‘Ain	‘ —	Komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	— ’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

2. Vokal rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	Fathah dan ya	Ai	A dan I

أَوْ	Faṭḥah dan wau	Au	A dan U
------	----------------	----	---------

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
ذَكَرَ	- žukira
يَذْهَبُ	- yažhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَوَّلَ	- haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
أَ... ا...ِ	Faṭḥah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إِ	Kasrah dan ya	Ū	u dan garis atas
أُ	Ḍammah dan wau	Ī	i dan garis atas

Contoh

قَالَ	- qāla
رَمَى	- ramā
قِيلَ	- qīla

D. Ta' marbūṭah

Transliterasi untuk ta marbūṭah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah Hidup
Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harkat faṭḥah, kasrah, dan ḍammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta'marbutah Sedangkan

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-aṭfāl
- raūdatulāṭfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah
- al-Madīnatul-Munawwarah
طَالِحَةٌ - talḥah

E. Syaddah

Syaddah atau *Tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *Tasydīd* (ّ) dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا -rabbanā
نَزَلَ -nazzala
الْبِرِّ -al-birr
الْحَجِّ -al-ḥajj

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *lam* (ل). Namun dalam pedoman transliterasi ini, kata itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah
2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah
3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu
السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badi'ū
الْجَلَالُ	- al-jalālu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif. Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٍ	- syai'un
نَا	- inna
أَمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	-Wainnallāhalahuwakhairar-
rāziqīn	-Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	-Ibrāhīm al-Khalīl
	- Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	-Bismillāhimajrehāwamursahā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal

nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

-Wa mā Muhammadun illā rasl
-Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn
-Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn
-Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn
-Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidakdigunakan. Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعاً

-Naṣrunminallāhiwafathunqarīb
-Lillāhi al-amrujamī'an
-Lillāhil-amrujamī'an
-Wallāhabikullisyai'in 'alīm

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedomantransliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka.....	25
Tabel 3 3 Tabel Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan daerah asal	53
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan agama.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasar pernah berinvestasi	55
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasar durasi berinvestasi	48
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	49
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Sumber Penghasilan.....	50
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	58
Tabel 4. 10 Analisis data deskriptif Literasi Keuangan (X1)	58
Tabel 4. 11 Analisis data deskriptif Digitalisasi (X2)	59
Tabel 4. 12 Analisis data deskriptif fear of missing out(X3)	55
Tabel 4. 13 Analisis data deskriptif religiusitas (X4).....	56
Tabel 4. 14 Analisis Data Deskriptif Keputusan Investasi (Y)	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reabilitas	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 4. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4. 21 Hasil Uji T	71
Tabel 4. 22 Hasil uji F	73
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra riset Platform emas digital banyak diminati	2
Gambar 1. 2 Harga Emas di Pegadaian Digital pada Bulan Juli- Desember 2025	3
Gambar 2.1 Theory of planned behavior.....	15
Gambar 2. 2 Kerangka berpikir	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Data Responden	VII
Lampiran 3 Variabel X1, X2, X3, dan Y	XVI
Lampiran 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	XXXI
Lampiran 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	XXXI
Lampiran 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Status	XXXII
Lampiran 7 Deskripsi Responden Berdasarkan Durasi Investasi.	XXXIII
Lampiran 8 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Penghasilan	XXXIV
Lampiran 9 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan	XXXV
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas.....	XXXVI
Lampiran 11 Hasil Uji Reabilitas	XLII
Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas	XLIV
Lampiran 13 Hasil Uji Multikolenieritas.....	XLIV
Lampiran 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	XVL
Lampiran 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	XLV
Lampiran 16 Hasil Uji T.....	XLVI
Lampiran 17 Hasil Uji F	XLVI
Lampiran 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	XLVI
Lampiran 19 Surat Keterangan Keabsahan Dan Kebenaran Data Penelitian	XLVII
Lampiran 20 Surat Izin Penelitian	<u>XLVII</u>
Lampiran 21 Dokumentasi Penelitian	XLIX
Lampiran 22 Riwayat Hidup Penulis	L

BAB I

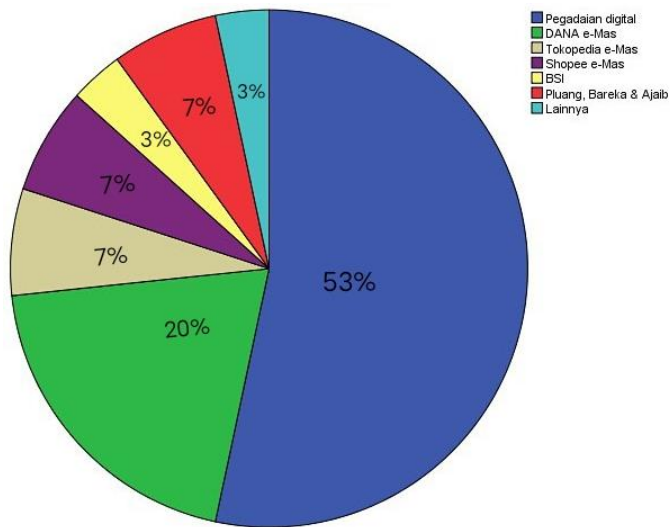
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada saat ini, ketidakpastian ekonomi global yang dipicu oleh fluktuasi suku bunga bank sentral dan ketegangan geopolitik yang berkelanjutan telah memperkuat posisi emas sebagai aset *safe haven*. Berdasarkan data menunjukkan bahwa harga emas dunia telah mencatatkan rekor tertinggi sepanjang masa, melampaui angka USD 3.300 per troy ons pada pertengahan 2025 (Muhaimin, 2025). Di Indonesia, fenomena ini berdampak langsung pada harga emas domestik yang menyentuh angka psikologis baru diatas 1,5 juta hingga 2 juta per gram, menciptakan gelombang minat baru di masyarakat untuk melindungi nilai kekayaan dari inflasi (Pradana, 2025).

Fenomena ini terjadi pada generasi Z yang mulai mendominasi pasar investor ritel di Indonesia. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih menyukai emas fisik, generasi Z cenderung memilih emas digital. Pertumbuhan minat generasi Z terhadap emas digital dapat digambarkan melalui proyeksi pasar fisik emas secara digital di Indonesia yang diperkirakan akan menembus volume perdagangan sebesar 25 juta gram pada akhir tahun 2025 (Susanto & Laoli, 2025).

Di Indonesia, salah satu platform yang menonjol dalam menyediakan layanan ini yaitu pegadaian digital. Pegadaian Digital adalah layanan digital yang dikembangkan oleh PT Pegadaian melalui aplikasi berbasis *mobile* untuk memudahkan nasabah dan masyarakat luas dalam mengakses berbagai produk perusahaan secara cepat, aman, dan efisien. Platform ini mentransformasi layanan konvensional seperti gadai, pembiayaan, serta investasi emas ke dalam sistem daring yang dapat diakses tanpa harus datang langsung ke gerai fisik (Widyastuty, 2022).



Gambar 1.1
Hasil Pra riset investasi digital di berbagai Platform

Sumber: data primer yang diolah 2026

Berpijak dari data pra riset menunjukkan bahwa Platform pegadaian digital menjadi menjadi pilihan dengan peminat paling banyak yang digunakan oleh responden dengan presentase mencapai 53% dengan alasan aspek kepraktisan dalam akses. Adapun DANA e-mas 20% dan diikuti oleh Tokopedia e-mas, Shopee e-mas dan Peluang/Bareka/ Ajaib yang masing-masing memiliki proporsi 7%.



Gambar 1.2
 Harga Emas di Pegadaian Digital pada Bulan Juli-
 Desember 2025

Sumber: Sahabat Pegadaian 2025.

Berdasarkan data dari pegadaian digital bahwa grafik harga emas pada 6 bulan terakhir di tahun 2025 cenderung terus mengalami kenaikan harga. Dalam konteks investasi, Pegadaian Digital memfasilitasi transaksi Tabungan Emas, yaitu layanan penitipan saldo emas yang memungkinkan nasabah untuk melakukan pembelian, penjualan kembali, gadai saldo emas, hingga cetak emas fisik melalui *smartphone*. Layanan ini dirancang untuk menciptakan inklusi keuangan, khususnya bagi generasi muda, dengan menawarkan kemudahan transaksi mulai dari nominal yang sangat kecil (Sari et al., 2023). Secara teknis, platform ini mengintegrasikan sistem pembayaran digital dan manajemen aset yang memungkinkan pemantauan harga emas secara *real-time*, sehingga membantu investor dalam mengambil keputusan investasi yang tepat berdasarkan fluktuasi harga pasar (Hidayat & Sugiarti, 2024).

Transformasi digital PT pegadaian melalui platform terintegrasi telah memicu lonjakan partisipasi investor muda,

di mana hingga awal tahun 2026, jumlah nasabah aktif transaksi digital telah melampaui 4,6 juta jiwa dengan dominasi pertumbuhan dari segmen generasi Z yang mencapai 116% secara tahunan (PT Pegadaian, 2026). Tingginya adopsi aplikasi ini di kalangan *digital native* menciptakan anomali perilaku, dimana kemudahan akses sering kali memicu gejala *fear of missing out* (FOMO) yang mendorong keputusan investasi bersifat impulsif dan reaktif terhadap fluktuasi harga di media sosial (Haqiqi & Milad, 2025).

Menurut Pratama (2024), keputusan investasi yang tepat bukan sekadar menyimpan dana, melainkan strategi manajemen risiko untuk mempertahankan daya beli individu di masa depan. Keputusan investasi adalah proses penempatan dana pada berbagai aset keuangan yang membutuhkan analisis serta evaluasi mendalam untuk menilai kelayakan investasi (Apriliawati & Indriastuti, 2025). Adapun keputusan investasi dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Diantaranya tingkat pemahaman individu, faktor literasi keuangan membantu generasi Z menyadari bahwa emas adalah aset *safe haven*. Perihal ini membuat seseorang memilih investasi emas bukan sekedar ikut-ikutan, melainkan sebagai strategi diversifikasi portofolio untuk jangka panjang (Pradana et al., 2023). Sejalan dengan penelitian (Purwanti & Selvita, 2022) dan (Resyita et al., 2023) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sementara penelitian (Sari & Wibowo, 2025) bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan investasi yaitu digitalisasi, melalui digitalisasi menghilangkan stigma bahwa investasi emas membutuhkan modal besar, dengan menggunakan fitur tabungan emas digital, Gen Z dapat berinvestasi dengan nominal kecil, aksesibilitas digital secara signifikan meningkatkan niat dan perilaku investasi seseorang sebab adanya fleksibilitas waktu dan transparansi harga yang

real-time (Sari & Sary, 2023). Hal ini didukung oleh penelitian (Ariska et al., 2022), bahwa digitalisasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi namun penelitian (Siswoyo et al., 2022) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan.

Adapun dalam manajemen keuangan Islam, faktor religiusitas bukan sekadar pelengkap formalitas, melainkan sebuah sistem kendali perilaku (*internal control system*) yang sangat layak dan meyakinkan untuk diuji dalam keputusan investasi. Kelayakan variabel religiusitas dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik emas yang secara fikih muamalah dikategorikan sebagai barang ribawi. Kehadiran produk Tabungan Emas di Pegadaian Digital telah mengantongi legalitas hukum Islam melalui Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai, yang menyatakan hukumnya mubah (boleh) selama emas tidak menjadi alat tukar resmi dan memenuhi azas serah terima (*qabdh*) yang jelas secara hukum (*hukman*). Prinsip syariah ini menjadi basis moral yang memberikan rasa aman spiritual bagi investor, sehingga komitmen keagamaan seseorang secara teoretis akan memandu mereka untuk memilih instrumen investasi yang legal dan berkah (Fauzi & Asandimitra, 2022). Nilai spiritual ini bertindak sebagai penyaring etis yang mengarahkan keputusan investasi secara rasional, yang sangat relevan jika diteliti pada masyarakat Kabupaten Pekalongan yang memiliki basis budaya religi dan nilai keagamaan yang kuat (Mubarok & Wahyuni, 2024).

Integrasi nilai religiusitas menjadi semakin krusial untuk memitigasi anomali perilaku psikologis seperti *Fear of Missing Out* (FoMO). Di era digitalisasi, fenomena FoMO sering kali menjebak Generasi Z dalam perilaku ikut-ikutan tanpa dasar pengetahuan. Dari perspektif ekonomi syariah, tindakan investasi yang didorong oleh FoMO berpotensi melanggar syariat karena mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*) dan spekulasi tinggi (*maisir*) akibat keputusan yang

diambil secara emosional dan impulsif, bukan berdasarkan analisis rasional. Islam secara tegas melarang umatnya mengambil tindakan finansial tanpa landasan ilmu, sebagaimana diperingatkan dalam QS. Al-Isra' ayat 36 bahwa segala pendengaran, penglihatan, dan hati akan dimintai pertanggungjawaban. Oleh karena itu, tingkat religiusitas individu diuji untuk melihat sejauh mana doktrin spiritual mampu menekan nafsu impulsif akibat tekanan sosial di media sosial (Rahmawati & Raharja, 2024)

Maraknya fenomena *fear of missing out* (FOMO) kini menjadi trend determinan psikologis yang kuat dalam perilaku keuangan generasi Z. FOMO memicu individu untuk mengambil keputusan investasi secara instan agar menghindari perasaan dikucilkan dari trend finansial yang sedang populer (Pradana et al., 2023). Dalam konteks emas digital kemudahan akses pada platform seperti pegadaian digital seringkali disalah gunakan investor muda yang hanya mengikuti arus tanpa literasi yang memadai, sehingga dalam mengambil keputusan investasi lebih bersifat emosional dari pada rasional (Sari & Rahardjo, 2022).

Namun demikian, terdapat *research gap* terkait bagaimana FOMO dan keyakinan seseorang dalam mengelola keuangan dalam manajemen risiko kerugian pada aset yang rendah risiko seperti emas. Sebagian besar studi terdahulu berfokus pada aset yang spekulatif tinggi seperti kripto, sementara dinamika psikologis Gen Z dalam memilih emas digital yang seharusnya memilih emas digital yang seharusnya memilih instrumen lindung nilai justru seringkali terpengaruh oleh tekanan sosial (Hutagalung & Sudarsana, 2023). Dengan ini, variabel FOMO sangat krusial untuk memetakan sejauh mana dorongan hubungan psikologi sosial sanggup menggeser pol pikir investasi konservatif menjadi perilaku reaktif yang mengabaikan perencanaan keuangan jangka panjang (Nurdin & Setiawan, 2023). Perihal ini tidak sejalan dengan penelitian Apriliawati & Indriastuti (2025) bahwa FOMO tidak

berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Sedangkan dalam penelitian Lestari & Ramadhani (2024), menyatakan hasil yang berbeda bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Selain inkonsistensi dari hasil penelitian terdahulu, penelitian ini didorong oleh adanya kesenjangan fenomena riil yang kontradiktif pada perilaku Generasi Z di Kabupaten Pekalongan. Terdapat anomali di mana tingginya nilai religiusitas lokal yang melekat pada masyarakat Pekalongan yang menuntut transaksi bersih dari riba ternyata berbenturan secara simultan dengan tingginya kerentanan psikologis terhadap tren *Fear of Missing Out* (FOMO) di era digital (Pramudita et al., 2025). Karakteristik Gen Z sebagai *digital natives* menciptakan ketergantungan yang tinggi pada validasi sosial di media sosial, sehingga mendorong keputusan investasi yang impulsif dan spekulatif (Saputri et al., 2023). Kesenjangan antara idealisme spiritual (tuntutan syariah) dan realitas perilaku psikososial atau dorongan FOMO inilah yang menjadi *research gap* utama. Penelitian ini hadir untuk menguji secara tegas sejauh mana kontrol religiusitas mampu menahan gempuran bias psikologis tersebut dalam keputusan investasi emas digital.

Dalam pengelolaan harta, faktor religiusitas sangat berkaitan erat dengan keputusan investasi, religiusitas berperan sebagai faktor moral yang memastikan bahwa instrumen investasi yang dipilih sesuai dengan prinsip syariah. Dalam hal ini, emas dianggap sebagai aset yang paling aman dan sesuai syariat dibanding dengan instrumen spekulatif lainnya. Kehadiran produk tabungan emas digital yang telah mendapatkan opini syariah dari dewan syariah nasional (DSN-MUI) memberikan rasa tenang bagi kalangan generasi Z. Sehingga religiusitas memperkuat niat seseorang dalam berinvestasi secara legal dan berkah (Fauzi & Asandimitra, 2022). Sebagaimana dalam penelitian Septi et al. (2024), religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi.

Namun sejalan dengan penelitian Ariska et al., (2022) dan Rais et al., (2023) religiusitas berpengaruh terhadap keputusan investasi.

Pentingnya variabel religiusitas dalam riset ini juga didasari pada fungsinya sebagai sistem kendali internal yang memitigasi perilaku spekulatif di kalangan Generasi Z. Di era digitalisasi yang penuh dengan tekanan sosial, nilai-nilai religiusitas bertindak sebagai filter etis yang mengarahkan investor muda untuk tidak hanya mengejar keuntungan materi semata, tetapi juga mempertimbangkan aspek keberkahan dan legalitas transaksi (Huda et al., 2023). Oleh karena itu, meneliti religiusitas pada masyarakat Kabupaten Pekalongan yang memiliki basis budaya religi kuat menjadi krusial untuk memetakan sejauh mana komitmen spiritual mampu menyeimbangkan ambisi finansial dan mempertahankan rasionalitas dalam berinvestasi (Mubarok & Wahyuni, 2024).

Dengan demikian, adanya inkonsistensi perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks generasi Z dan investasi emas digital. Gen Z adalah *digital natives* yang lebih mempercayai platform aplikasi dibandingkan kantor fisik konvensional. Generasi Z cenderung mencari fleksibilitas dan kecepatan (Melati & Rokhmania, 2024). Kerentanan terhadap Bias Perilaku, Gen Z sangat dipengaruhi oleh media sosial, sehingga risiko terjebak dalam perilaku herding atau FOMO lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya (Saputri et al., 2023). Integrasi nilai di Indonesia khususnya Kabupaten Pekalongan, religiusitas merupakan faktor dominan dalam perilaku keuangan (Pramudita et al., 2025). Menguji bagaimana religiusitas memitigasi atau justru memperkuat keputusan investasi di tengah gempuran digitalisasi dan *fear of missing out*.

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan pada 7-15 januari 2026 terhadap 30 responden dari kalangan generasi Z Kabupaten Pekalongan dengan metode random sampling

menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, digitalisasi, FOMO dan religiusitas berpengaruh keputusan investasi. Disisi lain, fenomena psikologis dan spiritual turut menjadi penentu utama dalam perilaku investasi kalangan Gen Z. Sejumlah 73% responden merasa terbebani oleh perasaan ketinggalan zaman jika tidak memiliki aset digital dan 67% lainnya mulai tertarik berinvestasi karena pengaruh FOMO dari media sosial. Dari sisi religiusitas, faktor syariah memegang peran krusial krena 90% responden hanya bersedia berinvestasi jika skema transaksi terhindar dari unsur riba dan 87% sangat mementingkan adanya sertifikat syariah dari DSN-MUI pada platform yang digunakan. Dengan ini, hal tersebut memperkuat tema penelitian yang saya angkat untuk menggali lebih dalam terkait pengguna platform pegadaian digital di wilayah Kabupaten Pekalongan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian model yang lebih komprehensif dengan mengombinasikan faktor kognitif, teknologi, psikologis dan nilai keagamaan secara simultan dalam satu model analisis keputusan investasi emas digital. Penelitian-penelitian terdahulu umumnya hanya menguji satu atau dua variabel, tanpa mengintegrasikan seluruh faktor tersebut dalam satu model penelitian. Selain itu, penelitian ini secara spesifik memfokuskan pada investasi emas melalui platform pegadaian digital. Adapun keamanan dan regulasi sebagai entitas BUMN yang diawasi oleh OJK, Pegadaian digital memberikan rasa aman bagi investor muda di tengah maraknya investasi bodong (Widyastuty, 2022). Selain itu, penggunaan studi kasus pada Pegadaian Digital di tahun 2025 memberikan konteks yang sangat aktual dengan tren gaya hidup digital Generasi Z khususnya di Kabupaten Pekalongan.

Berdasarkan fenomena empiris dan adanya research gap, pentingnya untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan Generasi Z dalam berinvestasi emas digital. Dengan variabel literasi keuangan sebagai faktor pengetahuan, digitalisasi sebagai aspek teknologi, FOMO sebagai faktor perilaku psikologis, serta religiusitas sebagai landasan nilai dan

etika berinvestasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Digitalisasi, FOMO (*Fear of Missing Out*) dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Emas di Platform Pegadaian Digital (Studi Kasus pada Generasi Z Kabupaten Pekalongan)”.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi emas di platform Pegadaian digital?
2. Apakah digitalisasi berpengaruh terhadap keputusan investasi emas di platform Pegadaian digital?
3. Apakah FOMO berpengaruh terhadap keputusan investasi emas di platform Pegadaian digital?
4. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan investasi emas di platform Pegadaian digital?
5. Apakah literasi keuangan, digitalisasi, FOMO dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap investasi emas di platform Pegadaian digital?

C. TUJUAN DAN MANFAAT

Adapun tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi emas di platform pegadaian digital
2. Untuk mengetahui pengaruh digitalisasi terhadap keputusan investasi emas di platform pegadaian digital.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi emas di platform pegadaian digital.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan investasi emas di platform pegadaian digital.
5. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, digitalisasi, FOMO dan religiusitas secara simultan terhadap keputusan investasi emas di platform pegadaian digital

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik dari sisi akademik maupun praktis diantaranya:

1. Secara akademik, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah dan keuangan digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat khususnya generasi Z dalam berinvestasi emas di pegadaian digital.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi berbagai pihak yang terkait. Bagi Pegadaian digital sebagai penyedia layanan investasi emas, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan, menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, serta memastikan kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Bagi masyarakat, khususnya generasi muda muslim, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan edukasi dalam mengambil keputusan investasi yang lebih bijak, rasional. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi awal dalam mengembangkan kajian-kajian terkait investasi digital, perilaku konsumen, serta integrasi antara teknologi finansial.

D. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, adapun sistematika penulisan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Tujuan dari pendahuluan yakni menjelaskan permasalahan yang dapat menuntun jalannya penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan mengenai kerangka teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir. Tujuan dan landasan teori

yakni meringkas dan menyusun pengetahuan melalui judul penelitian terkait agar dapat memberikan keterangan sementara dan pemahaman lebih yang mudah.

BAB III: METODE PENELITIAN

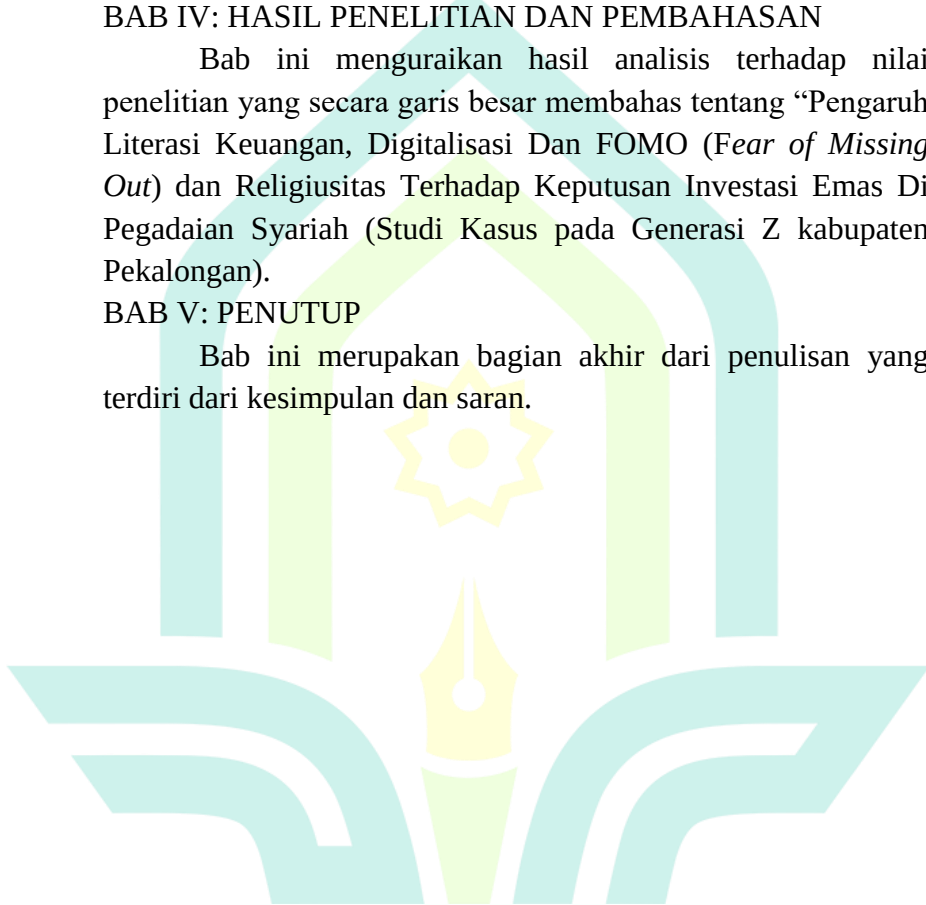
Pada bab ini memberikan penjelasan mengenai jenis, sumber data, pendekatan, subjek dan objek, teknik pengumpulan data, uji keabsahan serta analisa data penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil analisis terhadap nilai penelitian yang secara garis besar membahas tentang “Pengaruh Literasi Keuangan, Digitalisasi Dan FOMO (*Fear of Missing Out*) dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada Generasi Z kabupaten Pekalongan).

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan yang terdiri dari kesimpulan dan saran.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan dari pengaruh literasi keuangan, digitalisasi, FOMO dan religiusitas terhadap keputusan investasi, sesuai dengan rumusan masalah diawal maka peneliti menarik kesimpulan sebagaimana berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama, diperoleh hasil literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi.
2. Pengujian hipotesis kedua, diperoleh hasil digitalisasi berpengaruh terhadap keputusan investasi.
3. Pengujian hipotesis ketiga, diperoleh hasil FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.
4. Pengujian hipotesis keempat, diperoleh hasil religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.
5. Variabel literasi keuangan, digitalisasi, FOMO dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan investasi.
6. Koefisien determinasi ($\text{adjusted } R^2$) sebesar 0,595 yang menunjukkan bahwa variabel independen (literasi keuangan, digitalisasi, FOMO dan religiusitas terhadap keputusan investasi secara simultan memberi kontribusi sebesar 59,5% dan tersisa 40,5 % yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model.

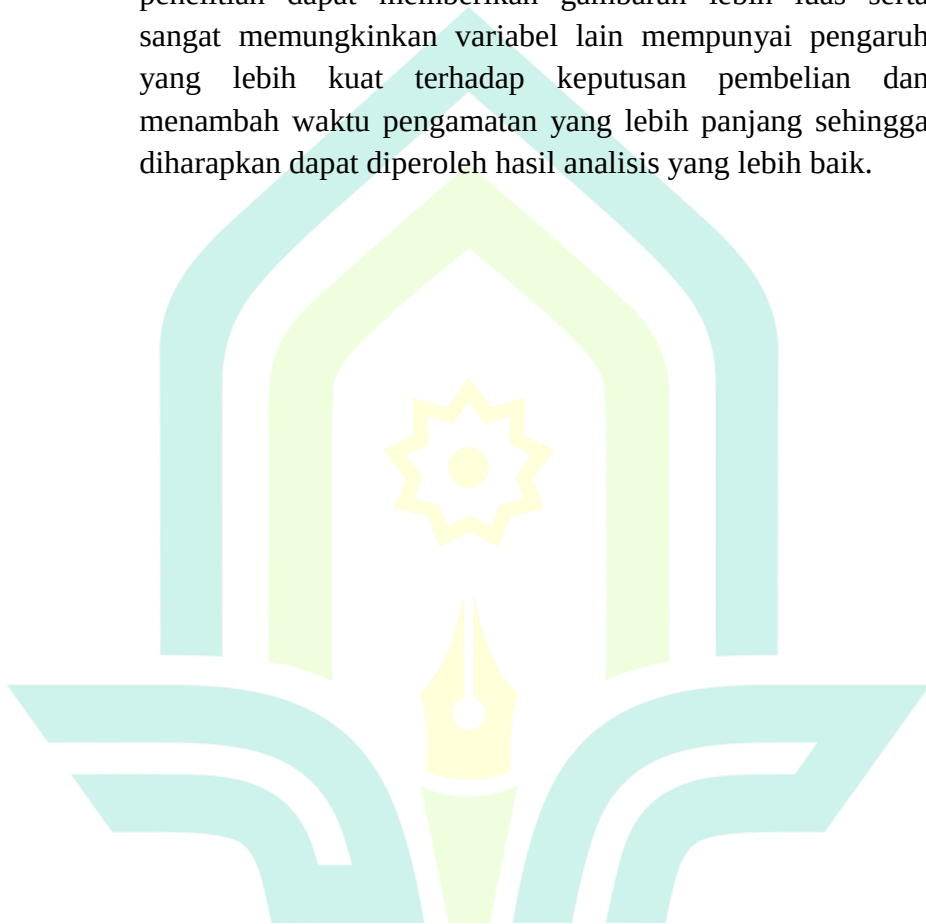
B. SARAN

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa kekurangan dan hambatan yang dihadapi oleh peneliti, hal itu disebabkan oleh :

1. Keterbatasan variabel yang digunakan yaitu variabel literasi keuangan, digitalisasi, *fear of missing out*, dan religiusitas. Sehingga masih ada kemungkinan terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan investasi.
2. Keterbatasan waktu penelitian serta peneliti menggunakan sumber data dari kuesioner yang disebarkan kepada

responden dan terkadang responden kurang maksimal dalam memberi jawaban.

Sehingga didalam keterbatasan penelitian tersebut, perlu disampaikan saran untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan investasi dengan menambah variabel lainnya sebagai variabel independen, agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran lebih luas serta sangat memungkinkan variabel lain mempunyai pengaruh yang lebih kuat terhadap keputusan pembelian dan menambah waktu pengamatan yang lebih panjang sehingga diharapkan dapat diperoleh hasil analisis yang lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to action: A theory of planned behavior*. Springer.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. England: Open University Press.
- Alfani, M. H., Saputra, H. E., Milani, & Bella, S. O. (2024). Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Di Kota Pekanbaru. *Islamic Banking And Finance*, 7, 287–298.
- Apriliawati, I. P., & Indriastuti, D. R. (2025). Pengaruh Financial Technology, Fomo (Fear Of Missing Out) , Literasi Keuangan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3 (3). <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i3.4170>
- Ariska, C. P., Agus, R., & Marpaung, M. (2022). Pengaruh Strategi Promosi, Religiusitas, Fluktuasi Harga Emas dan Digitalisasi Terhadap Keputusan Nasabah Berinvestasi Tabunga Emas. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3, 477–487. <https://doi.org/https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.858>
- Arismaya, A. D. (2024). Literasi keuangan, persepsi risiko, dan religiusitas terhadap minat investasi di pasar modal syariah. *Akuntansi*, 10(2), 128–133. <https://financial.ac.id/index.php/financial>
- Asari, A., M, M., S, G., V, S., H, R., S.I, F., U, P., & Abdurohim. (2023). *Literasi keuangan*. Madza media.
- Brannen. (2022). Literasi keuangan berbasis digital invesment sebagai upaya mitigasi risiko investasi bagi mahasiswa. *Mirai Management*, 7(3), 67–81.
- Dewanti, A. P. R., & Triyono. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku keuangan, Herding Behavior, Risk Tolerance dan

- Overconfidence terhadap Keputusan Investasi Pasar Modal (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT) KITA*, 8, 672–687. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2396>
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2010). Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai. Jakarta: DSN-MUI.
- Dillard, J. P., & Shen, L. (2013). *The SAGE Handbook of Persuasion developments in Theory and Practice*. California: Sage Publications, Inc.
- Dwiastuti, P., Pramukti, A. M., Isfaatun, E., & Kholisoh, L. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi cryptocurrency: studi empiris pada mahasiswa di daerah Istimewa Yogyakarta. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 75–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/vmt9r452>
- Fauzi, A., & Asandimitra, N. (2022). Apakah Religiusitas dan Financial Literacy Memitigasi Perilaku Spekulatif Investor Muda? *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 14(2), 112–125.
- Fauzi, R. A., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Emas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 856–868.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandi, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Missing Out (Fomo) pada generasi Z pengguna media sosial. *Psikologi*, 1(4), 1–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- George, J. F. (2004). The Theory of Planned Behavior and Internet Purchasing. *Internet Research*, 14(3).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.25. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R., & Sugiarti, E. (2024). Analisis kepuasan pengguna aplikasi Pegadaian Digital menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Digital*, 5 (1), 12–25.

- Hutagalung, P., & Sudarsana, I. M. (2023). Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada Perilaku Investasi Aset Digital Generasi Milenial dan Gen Z. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 27(2), 204-219.
- Hutami, R. T., & Al-farisi, S. (2024). Analisis faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam investasi syariah: Integrasi TPB dan religiusitas. *Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 8(1), 45–60.
- Jacobsen, J. (2011). *Sustainable Business and Industry: Designing and Operating for Social and Environmental Responsibility*. Milwaukee: ASQ Quality Press.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The importance of financial literacy: Opening a new field. *Journal of Economic Perspectives*, 37(4), 137–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.1257/jep.37.4.137>
- Mandagie, Y. R. O., Febrianti, M., & Fujianti, L. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasidan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi. *Universitas Pancasila*, 1, 35–47. <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/RELEVAN>
- Maulidina, H. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial dalam berinvestasi saham di platform digital pada era digitalisasi. *Prosiding Capital Market Competition*, 2, 1–13.
- Melati, P. S., & Rokhmania, N. (2024). Digitalization and investment behavior: A study on Gen Z's preference for digital gold. *Journal of Financial Technology*, 5(2), 88–102.
- Mubarok, A. H., & Wahyuni, S. (2024). Kontribusi Budaya Religi Terhadap Preferensi Manajemen Keuangan Masyarakat Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 175-190.
- Muhaimin. (2025). Kilau Emas 2025: Antara Peluang Dan Risiko Di Balik Rekor Tertinggi. *FEBI UIN Antasari*. <https://febi.uin-antasari.ac.id/2025/04/kilau-emas-2025-antara-peluang-dan-risiko-di-balik-rekor-tertinggi/>
- Paramita, A. W., Hudzafidah, K., & Wilamsari, F. (2025). Pengaruh

- FOMO, Aspek Fundamental, dan Aspek Teknikal Pada Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Z. *Economics and Financial*, 7, 1–14. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef>
- Pradana, I. B. (2025). Tren Investasi Emas 2025: Aman dari Inflasi, tapi tidak bebas risik. *Media Keuangan Kemenkeu*. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id>
- Pradana, Septiarini, D. F., & Rusmita, S. A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Z dalam Berinvestasi Emas melalui Platform Digital. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(4), 312-325. <https://doi.org/https://doi.org/10.20473/jestt.v10i4>
- Pramudita, A. R., Setiawan, H., & Wahyudi, T. (2025). Religious Culture vs. Digital Culture: Behavioral Finance Anomalies Among Muslim Gen Z Investors. *Journal of Islamic Financial Behavior*, 7(2), 142-156.
- Pramudita, R., Iryana, W., & Ramdani, R. F. (2025). The effect of financial literacy, risk tolerance and demographic factors on the decisions of syariah gold investment of Generation Z. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 13(03).
- Purwanti, & Selvita, E. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Risk Tolerance, Dan Overconfidance Pada Keputusan Investasi Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 6, 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.51263/jameb.v6i2.142>.
- Purwanti, & Selvita, E. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Risk Tolerance, dan Overconfidance pada Keputusan Investasi Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 6, 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.51263/jameb.v6i2.142>
- Puspitasari, P., & Ristianawati, Y. (2024). Pengaruh herding dan religiosity terhadap keputusan investasi saham dengan financial literacy sebagai variabel moderasi. *Business and Economics Research*, 5(3), 379–387. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.6032>
- Rahmawati, U., & Raharja, S. (2024). The Influence of Herding and

- Social Pressure on Syariah Investment Decision-Making with Fear of Missing Out (FoMO) as a Variable. *Jurnal Investasi Islam*, 9(1), 110-128.
- Resyita, C. P., Khoiriyah, & Rahmawati. (2023). Pengaruh digitalisasi, literasi keuangan, dan perspektif risiko terhadap keputusan investasi. *Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 204–213. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/juebir>
- Saputri, M. D., Handoko, B., & Utomo, S. (2023). Social Media Exposure, Herding Behavior, and Financial Literacy of Digital Natives in Investment Decisions. *International Journal of Behavioral Development and Financial Stability*, 11(3), 89-104.
- Saputri, Raneo, & Muthia. (2023). Dampak Fear of Missing Out (FOMO) terhadap perilaku keuangan impulsif pada generasi muda. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(3), 210–225.
- Sari, N. ., Rahmawati, A., & Pratama, M. R. (2023). Inovasi Layanan Keuangan Digital: Studi Kasus Fitur Tabungan Emas Pada Aplikasi Pegadaian Digital. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6 (3), 310–322.
- Sari, N. P., & Wibowo, P. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko, Motivasi, Overconfidence, Herding dan Loss Aversion Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus pada Karyawan PT Kanindo Makmur Jaya 1). *Jurnal Ilmiah AKMEN*, 22, 11–25. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen>
- Sari, & Rahardjo, M. (2022). Analisis Pengaruh Digitalisasi Keuangan dan Perilaku FOMO terhadap Keputusan Investasi di Masa Pandemi COVID-19. *Journal of Management and Business Review*, 19(1), 22–35.
- Sari, & Sary, F. P. (2023). Pengaruh Digitalisasi Pemasaran dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. *Journal of Management and Digital Business*, 3 (1), 45–58.
- Sinta, D., Rahmat, M., Anwar, S., & Nurhuda, A. (2024). Religiusitas dan Kematangan Beragama Dalam Membantu Menghadapi Quarter-Life Crisis Bagi Kalangan Generasi Milenia. *Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 21, 214–227.
- Siregar, S. K. A., & Siregar, Q. R. (2024). Pengaruh Pengetahuan

- Investasi dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening Pada Masyarakat Kecamatan Bandar Pulau. *Akuntansi Dan Manajemen*, 3, 1–10. <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jam>
- Siswoyo, R. R., Supaino, & Agus, R. (2022). Pengaruh Digitalisasi, Motivasi dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Berinvestasi Tabungan Emas di Pegadaian. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3, 653–662. <https://doi.org/https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.806>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian Komunikasi: pendekatan kuantitatif, kualitatif*. Alfabeta. 1(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>
- Suhartini, S., & Maharani, D. (2023). Peran fear of missing out (Fomo) dalam perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian economics and digital. *Business Review*, 4(2), 349–356. <https://doi.org/http://doi.org/10.37531/ecotal.v4i2.613>
- Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). Religiusitas, Konsep, Pengukuran Dan Implementasi Di Indonesia. In *Bibliosmia Karya Indonesia*.
- Susanto, V. Y., & Laoli, N. (2025). *Penjualan emas digital diproyeksi 25 juta gram hingga akhir tahun 2025*. Kontan.Co.Id. <https://investasi.kontan.co.id/news/penjualan-emas-digital-diproyeksi-tembus-25-juta-gram-hingga-akhir-tahun-2025>
- Utami, S. S., Irawati, D., & Prasaja, M. G. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Investasi Saham Di Pasar Modal Pada Karyawan Swasta Kabupaten Purworejo (Studi Kasus pada Karyawan Swasta di Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo). *Volatilitas*, 6, 109–123.
- Verkijika, S. F. (2023). Digitaliation and behavioral intetion to use

- mobile fintech apps; The role of perceived behavioral control and technical support. *Journal of Financial Services Marketing*, 28, 112–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/s41264-022-00165-2>
- Widyastuty, W. (2022). Pemanfaatan Investasi Emas Melalui Aplikasi Pegadaian Digital Dalam Distribusi Pendapatan Era Gen Z. *Prosiding Seminar Nasional Riset Pasar Modal*, 2, 1–9. <https://conference.um.ac.id>
- Yook, E. L., & Sayre, W. A. (2012). *Communication Centers and Oral Communication Programs in Higher Education: Advantages, Challenges, and New Directions*. Lanham: Lexington Books.
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020). The role of religiosity, social norms and ethical ideology in understanding consumers' loyalty to Islamic banks in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 821-840. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2018-0051>
- Goyal, K., Kumar, S., & Xiao, J. J. (2021). Antecedents and consequences of financial literacy: a state-of-the-art review. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(4), 812-830. <https://doi.org/10.1108/WP-05-2021-0012>
- Hayran, C., & Anik, L. (2021). Well-being and fear of missing out (FOMO) on digital content in the time of COVID-19: A correlational analysis among university students. *Journal of Business Research*, 130, 412-420. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.048>
- Sreelakshmi, C. C., & Prathap, S. K. (2020). Continuance adoption of mobile-based payments in the times of COVID-19 pandemic: the case of India. *International Journal of Bank Marketing*, 38(6), 1357-1371. <https://www.google.com/search?q=https://doi.org/10.1108/IJB-M-12-2019-0435>
- Hutagalung, A., & Sudarsana, I. G. N. (2023). Psychological drivers of digital gold investment: The role of FOMO and social media

- influence among Gen Z. *Journal of Behavioral Finance and Economics*, 11(2), 145-160.
- Nuridin, M. S., & Setiawan, A. (2023). Dampak perilaku herd behavior dan FOMO terhadap keputusan investasi generasi muda di pasar modal. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 89-104.
- Haqiqi, A., & Milad, M. K. (2025). Behavioral risk pada investasi logam mulia: Analisis FOMO (Fear of Missing Out) di kalangan nasabah Pegadaian UPC Pasar Wadungasri. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 1–8. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i2.4113>
- PT Pegadaian. (2026). *Laporan Kinerja Transformasi Digital 2025: Akselerasi Ekosistem Tring!*. Jakarta: PT Pegadaian.
- Huda, N., Rini, N., Mardoni, Y., & Putra, P. (2023). The role of religiosity in mediating the influence of financial literacy on investment decisions in the digital era. *Journal of Islamic Marketing*, 14(5), 1210-1230. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2022-0021>
- Mubarok, A., & Wahyuni, S. (2024). Pengaruh religiusitas dan persepsi risiko terhadap minat investasi emas digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Syariah Kontemporer*, 5(1), 44-59.

