

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN
INVESTASI *CRYPTOCURRENCY* DENGAN MODERASI *FINANCIAL LITERACY*
DAN *FINANCIAL EXPERIENCE***

Abdul Aziz Julianto

Prodi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta

abdul0299fe.2021@student.uny.ac.id

Sukirno

Staf Pengajar Jurusan P.Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta

sukirno@uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap Keputusan Investasi *Cryptocurrency* dengan Moderasi *Financial Literacy* dan *Financial Experience*. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah investor *cryptocurrency* di Indonesia yang tergabung dalam grup atau komunitas *cryptocurrency* yang ada di media sosial yang berjumlah 121 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data meliputi analisis signifikansi parsial (Uji t) dan MRA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Fear Of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*, (2) *Financial literacy* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*, (3) *Financial experience* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*.

Kata Kunci: *Fear Of Missing Out* (FOMO), *Financial Literacy*, *Financial Experience*, Keputusan Investasi *Cryptocurrency*.

Abstract

This study aims to determine the effect of Fear Of Missing Out (FOMO) on Cryptocurrency Investment Decisions with Moderation Financial Literacy and Financial Experience. This research is a quantitative method research. The subjects in this study were cryptocurrency investors in Indonesia who are members of cryptocurrency groups or communities on social media totaling 121 people. The data collection technique used a questionnaire. Data analysis techniques include partial singificance analysis(T test) and MRA. The results showed that: (1) Fear Of Missing Out (FOMO) has a positive and significant effect on cryptocurrency investment decisions, (2) Financial literacy moderates the effect of Fear Of Missing Out (FOMO) on cryptocurrency investment decisions, (3) Financial experience moderates the effect of Fear Of Missing Out (FOMO) on cryptocurrency investment decisions.

Keywords: *Fear Of Missing Out* (FOMO), *Financial Literacy*, *Financial Experience*, *Cryptocurrency Investment Decisions*.

PENDAHULUAN

Dunia investasi terus mengalami perkembangan yang pesat pada masa ini. Hal tersebut berjalan seiring dengan era perkembangan teknologi yang dapat membantu pertukaran informasi dan

transaksi finansial menjadi lebih praktis dan efisien. *Cryptocurrency* merupakan salah satu dari hasil inovasi teknologi dibidang finansial. Menurut Nakamoto (2008) pencetus Bitcoin dalam *Bitcoin Whitepaper* mendefinisikan *cryptocurrency* sebagai

bentuk mata uang digital dengan menggunakan kriptografi untuk mengamankan transaksi, mengatur pembuatan unit baru, dan memverifikasi transfer aset tanpa bergantung pada otoritas terpusat seperti bank melainkan menggunakan teknologi yang disebut *blockchain*.

Selain sebagai mata uang digital, kebanyakan orang juga menjadikan *cryptocurrency* sebagai aset investasi karena volatilitasnya yang tinggi. *Cryptocurrency* dapat dilihat sebagai aset investasi alternatif yang tidak terkait dengan pasar saham tradisional atau instrumen investasi lainnya (Yermack, 2013). *Cryptocurrency* sendiri mempunyai banyak jenis dan beberapa yang populer contohnya Bitcoin (BTC) sebagai *cryptocurrency* pertama dan terbesar di dunia dengan mendominasi 60% total pangsa pasar dari total kapitalisasi pasar *cryptocurrency* per bulan Februari 2025 (CoinMarketCap, 2025). Adapun *cryptocurrency* selain Bitcoin atau yang sering disebut dengan istilah *alternative coin* contohnya Ethereum (ETH), Tether (USDT), Ripple (XRP), Binance (BNB), Solana (SOL), Dogecoin (DOGE), dan lain sebagainya.

Indonesia menduduki peringkat ke-12 di dunia dalam hal rasio tingkat

kepemilikan tertinggi dengan total 13,6% per akhir tahun 2024 (Triple-A, 2024). Investor *cryptocurrency* di Indonesia juga terus meningkat setiap tahunnya. Data Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti), dalam hal ini mengungkapkan bahwa per bulan November 2024 jumlah investor *cryptocurrency* di Indonesia berjumlah 22,11 juta investor. Angka tersebut dapat dikatakan sangat tinggi bila dibandingkan dengan jumlah investor pasar modal Indonesia saat ini yang hanya berjumlah 14,8 juta SID per Desember 2024. Hal tersebut menunjukkan seberapa besar industri *cryptocurrency* ini berkembang pesat di Indonesia.

Keputusan untuk berinvestasi pada aset *cryptocurrency* menjadi hal yang menarik untuk ditinjau kaitannya dengan perkembangan yang pesat dari *cryptocurrency*. Berdasarkan analisis sentimen dari Aritonang, D. E., & Hariwibowo, I. N. (2024) menunjukkan bahwa walaupun pasar *cryptocurrency* memiliki tingkat fluktuasi yang tinggi, masyarakat Indonesia justru menunjukkan tingginya sentimen positif dan minat dalam berinvestasi *cryptocurrency*. Oleh sebab itu, hal ini menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut karena banyaknya penduduk Indonesia yang lebih memilih berinvestasi

pada pasar *cryptocurrency* dengan risiko yang lebih tinggi dibandingkan dengan pasar modal walaupun instrumen pasar modal sudah ada jauh lebih dulu dibandingkan pasar *cryptocurrency*. Keputusan investasi didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari individu untuk menginvestasikan sumber daya yang ada dengan harapan akan mendapat manfaat di masa depan (Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J., 2014).

Berdasarkan *survey* yang dipublikasikan oleh sebuah platform jual beli *cryptocurrency* yaitu Kraken (2024), dari total 1248 sample investor *cryptocurrency* menunjukkan bahwa 84% investor telah membuat keputusan investasi *cryptocurrency* mereka berdasarkan faktor emosional yaitu *Fear Of Missing Out* (FOMO). Sebanyak 63% Investor *cryptocurrency* melaporkan bahwa mereka yakin keputusan emosional telah memengaruhi portofolio mereka secara negatif (Kraken, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa banyaknya investor yang mengambil keputusan investasi *cryptocurrency* yang didasari faktor psikologis sehingga investor tersebut mengambil keputusan yang bersifat irasional yang berdampak buruk bagi portofolio investasi mereka. Keputusan investasi yang irasional akan menyebabkan

kesalahan dalam memprediksi dan menganalisis investasinya (Anggini, N. D., Wardoyo, C., & Wafaretta, V., 2021). Menurut Sholikhin dan Fahamsyah (2022), seorang investor tidak mampu memastikan hasil dari investasinya, sehingga lebih apabila pengambilan keputusan investasi ini didasari oleh pengetahuan investasi yang baik. Dampak dari keputusan investasi yang tidak rasional oleh banyak investor sekaligus dapat memperbesar volatilitas pasar dan kepanikan pasar secara massal (Baker & Wurgler, 2007).

Fear Of Missing Out (FOMO) merupakan salah satu penyebab utama keputusan investasi *cryptocurrency* menjadi irasional berdasarkan data *survey* dari Kraken. Hasil analisis sentimen dari Aritonang, D. E., & Hariwibowo, I. N. (2024) juga menunjukkan adanya fenomena FOMO dalam dunia investasi *cryptocurrency* di Indonesia. *Fear Of Missing Out* di definisikan sebagai sebuah ketakutan yang dirasakan seorang individu saat tidak mengetahui kegiatan atau pengalaman orang lain yang menarik (Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V., 2013). FOMO dalam halnya berinvestasi dapat menimbulkan kerugian bagi investor karena membuat investor tersebut tidak memperhatikan detail produk atau aset investasi yang akan

dipilih (Suryawan, 2023). Gambar-gambar realistis yang berulang-ulang di platform media sosial membentuk persepsi gaya hidup materialistis serta mendorong untuk mengonsumsi segala kemungkinan karena FOMO (Herman, 2000; Lu & Sinha, 2024).

Variabel FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* generasi milenial muslim di Solo Raya (Mara & Supriyanto, 2024). Hal tersebut menjadi masalah dalam investasi *cryptocurrency* karena FOMO dapat memengaruhi keputusan berinvestasi seorang individu khususnya investor ritel yang dapat menjerumuskan investor tersebut pada keputusan yang kurang bijak dan berujung pada kerugian. Namun demikian, hasil penelitian dari Susanto (2023) menyatakan bahwa FOMO tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi dalam *cryptocurrency*. Pada penelitian tersebut dapat diketahui bahwa FOMO tidak berpengaruh karena responden pada penelitian tersebut merupakan investor yang rutin melakukan investasi pada setiap bulannya. Mereka yang terbiasa untuk berinvestasi akan cenderung memiliki pengetahuan tinggi dan emosional yang lebih stabil (Susanto, 2023). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi tidak hanya bergantung pada faktor emosional, tetapi

juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti *financial literacy* dan *financial experience*.

Financial literacy erat kaitannya dengan keputusan investasi. *Financial* memengaruhi sikap serta perilaku seseorang dalam meningkatkan mutu membuat keputusan dan mengelola keuangan guna mencapai kesejahteraan keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Tingkat *financial literacy* yang tinggi diharapkan dapat melemahkan atau mengurangi efek negatif dari bias dalam membuat keputusan investasi, sehingga menghasilkan keputusan investasi yang rasional (Prasetyo, P., Priyantoro, P., & Daniar, K., 2024). Sedangkan *Financial experience* dapat membantu individu lebih memahami risiko investasi dan menghindari keputusan impulsif.

Financial experience adalah kejadian atas tindakan masa lalu yang sudah dilakukan mengenai investasi keuangan (Asfira, N., A. Rokhmawati, & A. F. Fathoni., 2019). Keberadaan pengalaman keuangan bisa menjadi panduan dan bahan pertimbangan untuk seorang individu dalam pengambilan keputusan atau keputusan keuangan pada masa sekarang (Mandagie, Y. R. O., Febrianti, M., & Fujianti, L., 2020).

Financial literacy dan *financial experience* dapat mencerminkan kemampuan individu dalam memahami informasi keuangan dan membuat keputusan berdasarkan analisis yang lebih baik serta dapat menjadi faktor moderasi yang melemahkan pengaruh FOMO sebagai penyebab keputusan investasi yang irasional. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji peran *financial literacy* dan *financial experience* sebagai moderator dalam hubungan antara FOMO dan keputusan investasi *cryptocurrency* masih sangat terbatas. Oleh sebab itu, berdasarkan uraian di atas, masih terdapat beberapa *research gap* yang membuat perlu dilakukannya penelitian kembali mengenai keputusan investasi *cryptocurrency*. Penelitian ini membawa keterbaruan dengan menguji pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* dengan memperhatikan peran *financial literacy* dan *financial experience* sebagai faktor moderasi dalam hubungan FOMO dengan keputusan investasi *cryptocurrency*.

KAJIAN LITERATUR

FOMO dalam pasar *cryptocurrency* merupakan sebuah rasa cemas, gelisah, dan takut akan tertinggal karena tidak mengikuti aktivitas tertentu atau tren yang sedang berlangsung dalam berinvestasi pada aset-aset tertentu di pasar

cryptocurrency. Analisis sentimen mengindikasikan adanya fenomena FOMO dalam dunia investasi *cryptocurrency* (Aritonang & Hariwibowo, 2024).

Secara umum dalam kegiatan investasi, variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) menunjukkan pengaruh positif terhadap keputusan investasi seseorang. FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pasar modal (Pachlevi, 2023). Oleh sebab itu, FOMO juga memiliki kemungkinan yang sama untuk memengaruhi keputusan investasi *cryptocurrency*. Saat generasi Z semakin tenggelam dalam dunia digital dan media sosial, kerentanan mereka terhadap FOMO semakin meningkat, mendorong perilaku trading yang lebih sering dan terkadang impulsif (Rahayu, N., Hepni, Fauzan, Poernomo, D., Dafik, D., Mursyidah, I., & Jannah, E. S. W., 2024). Variabel FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* generasi milenial muslim di Solo Raya (Mara & Supriyanto, 2024).

H1: *Fear Of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*.

Financial literacy merupakan tingkat pengetahuan dan kemampuan individu dalam memahami informasi mengenai

keuangan dan menggunakannya dalam membuat keputusan dan mengelola keuangan. Semakin baik *financial literacy* individu, maka semakin rasional individu tersebut dalam mengambil keputusan keuangan (Dewi *et al.*, 2021). Tingkat *financial literacy* yang tinggi diharapkan dapat melemahkan atau mengurangi efek negatif dari bias dalam membuat keputusan investasi, sehingga menghasilkan keputusan investasi yang rasional (Prasetyo *et al.*, 2024).

Financial literacy selain berperan sebagai variabel dependen dalam beberapa penelitian, juga memerankan peran moderasi dalam beberapa kasus. Hubungan antara kecerdasan emosional terhadap keputusan investasi dengan pengaruh moderasi *financial literacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan (Hadi, 2017). Penelitian dari Fitriyani & Anwar (2022) menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* dapat memoderasi hubungan *herding*, *experience regret* dan *religiosity* terhadap keputusan investasi saham syariah pada investor muslim millennial. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian Puspitasari & Ristianawati (2024) yang menyatakan bahwa *financial literacy* dapat memoderasi hubungan *herding* dengan keputusan investasi. *Financial literacy* memoderasi negatif

pengaruh *herding* dan *over confidence* terhadap pengambilan keputusan investasi oleh investor generasi Z di Jawa Timur (Prasetyo *et al.*, 2024).

H2: *Financial literacy* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*.

Financial experience adalah pengalaman yang dialami oleh individu dalam mengelola keuangan dan menjadikan pengalaman tersebut sebagai pertimbangan dalam merencanakan keuangan di masa depan (Suprasa & MN, 2020). Salah satu dimensi dari *financial experience* adalah pengalaman investasi seperti keterlibatan dalam pasar saham, obligasi, ataupun aset-aset lainnya (Lusardi & Mitchell, 2007).

Penelitian terkait dengan peran *financial experience* sebagai variabel mediator dalam hubungan FOMO dan keputusan investasi *cryptocurrency* masih sulit ditemui. Tetapi berdasarkan penelitian dari Barber & Odean (2001) menunjukkan bahwa *financial experience* dapat memengaruhi pengambilan keputusan dalam investasi, tabungan, dan pengelolaan risiko dengan membuat individu lebih percaya diri dan rasional dalam membuat keputusan. *Financial experience* ini dapat membuat seorang individu menjadi lebih rasional dalam mengambil keputusan

investasi. *Financial experience* dapat meningkatkan pengelolaan keuangan individu dan membantu dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih baik (Brilianti & Lutfi, 2019). Temuan dari Susanto (2023) juga menunjukkan bahwa dalam konteks investasi *cryptocurrency*, FOMO tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi karena responden dalam penelitian ini adalah investor yang rutin berinvestasi setiap bulan.

H3: *Financial experience* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan investor *cryptocurrency* di Indonesia yang tergabung dalam grup atau komunitas yang ada di media sosial. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yang berupa *purposive sampling*. Jumlah sampel yang dipakai pada penelitian ini ditentukan menggunakan perhitungan dari rumus Cochran yang disebabkan oleh tidak diketahuinya secara pasti jumlah populasi. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti yaitu angket (kuisisioner). Kuisisioner disebar kepada

responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti secara daring melalui internet dan berbagai platform media sosial.

Uji validitas akan menunjukkan apakah kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini valid. Metode uji validitas instrumen penelitian yang digunakan diuji menggunakan *pearson correlation*. Uji validitas dilakukan kepada 36 responden yang sesuai dengan kriteria yang digunakan dalam penelitian. Sedangkan uji reliabilitas instrumen penelitian diuji menggunakan metode *Cronbach Alpha* yang bertujuan untuk menguji tingkat konsistensi dari hasil kuisisioner yang digunakan.

Pada penelitian ini ada beberapa analisis yang harus dipenuhi sebelum melakukan pengujian hipotesis, untuk memenuhi persyaratan tersebut diperlukan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Penelitian ini menggunakan uji signifikansi parsial (Uji t). Teknik ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara sendiri-sendiri. Koefisien determinasi juga digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur seberapa besar kemampuan model penelitian dapat menerangkan kemampuan variabel

independen memengaruhi variabel dependen. Penelitian ini juga menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk pengujian hipotesis kedua dan ketiga. untuk mengetahui apakah variabel moderasi dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen pada penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Pertama (H1)

Hasil nilai signifikansi parsial (Uji t) variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* sebesar 0,000 dan koefisien *beta* bernilai positif. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien *beta* yang positif menandakan hubungan positif antara variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*.

Diketahui juga bahwa nilai konstanta variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebesar 4,722, sedangkan nilai koefisien *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebesar

0,840. Oleh sebab itu, dapat dibuat persamaan regresi linear berdasarkan rumus $Y = a + bX$ dimana Y adalah keputusan investasi *cryptocurrency* dan X adalah *Fear Of Missing Out* (FOMO), sebagai berikut:

$$Y = 4,722 + 0,840X$$

Nilai konstanta sebesar 4,722 menunjukkan bahwa keputusan investasi *cryptocurrency* akan berada di angka 4,722 ketika *Fear Of Missing Out* (FOMO) nol. Koefisien regresi untuk variabel keputusan investasi *cryptocurrency* yang sebesar 0,840 berarti setiap penambahan 1 poin pada variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) akan meningkatkan keputusan investasi *cryptocurrency* sebesar 0,840 kali.

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *adjusted r square* sebesar 0,468 yang mengindikasikan bahwa 46,8% variasi dalam variabel keputusan investasi *cryptocurrency* dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO), sedangkan sisanya ($100\% - 46,8\% = 53,2\%$) dipengaruhi oleh variabel di luar model persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

b. Uji Hipotesis Kedua (H2)

Hasil MRA variabel *financial literacy* dalam hubungan *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi

cryptocurrency menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* sebagai variabel moderator memiliki signifikansi sebesar 0,037 dan nilai koefisien *beta* sebesar -0,044. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *financial literacy* memoderasi hubungan *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* secara signifikan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan *financial literacy* memperlemah pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* karena nilai koefisien *beta* negatif.

Diketahui juga bahwa nilai konstanta variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebesar -11,938, nilai koefisien *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebesar 1,707, nilai koefisien *financial literacy* sebesar 0,814, dan nilai koefisien *financial literacy* dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebesar -0,044. Oleh sebab itu, dapat dibuat persamaan regresi linear berdasarkan rumus $Y = a + b_1 X + b_2 Z_1 + b_3 (X \cdot Z_1) + e$ dimana Y adalah keputusan investasi *cryptocurrency*, X adalah *Fear Of Missing Out* (FOMO), dan Z_1 adalah *financial literacy*, sebagai berikut:

$$Y = -11,938 + 1,707X + 0,814Z_1 - 0,044$$

Nilai konstanta sebesar -11,938 menunjukkan bahwa keputusan investasi

cryptocurrency akan berada di angka -11,938 ketika *Fear Of Missing Out* (FOMO), *financial literacy*, dan interaksi keduanya nol. Koefisien regresi untuk variabel keputusan investasi *cryptocurrency* yang sebesar 1,707 berarti setiap penambahan 1 poin pada variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) akan meningkatkan keputusan investasi *cryptocurrency* sebesar 1,707 kali dengan *financial literacy* dan interaksi keduanya konstan. Koefisien regresi untuk variabel *financial literacy* yang sebesar 0,814 berarti setiap penambahan 1 poin pada variabel *financial literacy* akan meningkatkan keputusan investasi *cryptocurrency* sebesar 0,814 kali dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan interaksi keduanya konstan. Koefisien regresi untuk variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *financial literacy* yang sebesar -0,044 berarti setiap penambahan 1 poin pada variabel interaksi *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *financial literacy* akan menurunkan keputusan investasi *cryptocurrency* sebesar -0,044 kali.

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *adjusted r square* sebesar 0,535 yang mengindikasikan bahwa 53,5% variasi dalam variabel keputusan investasi *cryptocurrency* dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel

Fear Of Missing Out (FOMO) dan *financial literacy*, sedangkan sisanya (100% - 53,5% = 46,5%) dipengaruhi oleh variabel di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

c. Uji Hipotesis Ketiga (H3)

Hasil uji MRA variabel *financial experience* dalam hubungan *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* menunjukkan bahwa variabel *financial experience* sebagai variabel moderator memiliki signifikansi sebesar 0,044 dan nilai koefisien *beta* sebesar -0,033. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *financial experience* memoderasi hubungan *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* secara signifikan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan *financial experience* memperlemah pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* karena nilai koefisien *beta* negatif.

Diketahui juga bahwa nilai konstanta variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebesar -6,369, nilai koefisien *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebesar 1,525, nilai koefisien *financial experience* sebesar 0,520, dan nilai koefisien *financial experience* dengan *Fear Of Missing Out*

(FOMO) sebesar -0,033. Oleh sebab itu, dapat dibuat persamaan regresi linear berdasarkan rumus $Y = a + b_1 X + b_2 Z_2 + b_3 (X \cdot Z_2) + e$ dimana Y adalah keputusan investasi *cryptocurrency*, X adalah *Fear Of Missing Out* (FOMO), dan Z_1 adalah *financial experience*, sebagai berikut:

$$Y = -6,369 + 1,525X + 0,520Z_2 - 0,033$$

Nilai konstanta sebesar -6,369 menunjukkan bahwa keputusan investasi *cryptocurrency* akan berada di angka -6,369 ketika *Fear Of Missing Out* (FOMO), *financial experience*, dan interaksi keduanya nol. Koefisien regresi untuk variabel keputusan investasi *cryptocurrency* yang sebesar 1,525 berarti setiap penambahan 1 poin pada variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) akan meningkatkan keputusan investasi *cryptocurrency* sebesar 1,525 kali dengan *financial experience* dan interaksi keduanya konstan. Koefisien regresi untuk variabel *financial experience* yang sebesar 0,520 berarti setiap penambahan 1 poin pada variabel *financial experience* akan meningkatkan keputusan investasi *cryptocurrency* sebesar 0,520 kali dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan interaksi keduanya konstan. Koefisien regresi untuk variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *financial experience* yang sebesar -0,033 berarti setiap penambahan 1 poin pada

variabel interaksi *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *financial experience* akan menurunkan keputusan investasi *cryptocurrency* sebesar 0,033 kali.

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *adjusted r square* sebesar 0,557 yang mengindikasikan bahwa 55,7% variasi dalam variabel keputusan investasi *cryptocurrency* dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *financial experience*, sedangkan sisanya ($100\% - 55,7\% = 44,3\%$) dipengaruhi oleh variabel di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penelitian ini

Pembahasan

a. Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*

Berdasarkan uji signifikansi parsial (Uji t) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hipotesis (H1) diterima, hal tersebut dikarenakan variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada investor ritel. Variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* dan koefisien *beta* bernilai positif sebesar 0,840. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Fear Of*

Missing Out (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada investor ritel karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien *beta* yang positif menandakan hubungan positif antara variabel *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* yang dilakukan oleh investor ritel telah dipengaruhi oleh faktor emosional khususnya *Fear Of Missing Out* (FOMO). Semakin tinggi tingkat *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada diri seorang investor, semakin tinggi keputusan investasi *cryptocurrency* yang diambil oleh investor tersebut bersifat irasional. Investor yang mengalami FOMO akan cenderung bertindak secara impulsif dalam pengambilan keputusan investasi tanpa melalui proses analisis yang matang agar tidak tertinggal potensi keuntungan dalam waktu singkat. Investor tersebut terkadang tidak memahami secara detail aset apa yang mereka investasikan sehingga sangat mungkin untuk membeli aset *cryptocurrency* dengan fundamental yang buruk, pada akhirnya berpotensi merugikan investor itu sendiri. Oleh sebab itu, penting bagi pelaku industri dan lembaga terkait

seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai regulator untuk bisa meningkatkan kesadaran akan risiko dari fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan terkait bagaimana mengelola emosional yang baik dalam kegiatan investasi secara umum atau khususnya pada pasar *cryptocurrency* sehingga investor dapat terhindar dari dampak buruk fenomena tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian relevan seperti yang dilakukan oleh Pachlevi (2023) bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pasar modal. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara umum adanya fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) dalam kegiatan investasi dan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan investasi investor ritel seperti halnya dengan investasi pada aset *cryptocurrency*. Variabel FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* generasi milenial muslim di Solo Raya (Mara & Supriyanto, 2024). FOMO yang terjadi pada kegiatan investasi memberikan pengaruh kepada investor dalam investasinya serta menyebabkan investor tidak memahami investasi yang dilakukannya secara mendalam, dalam hal ini khususnya investasi *cryptocurrency* (Suryawan, 2023).

b. *Financial literacy* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*

Berdasarkan *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hipotesis (H2) diterima, hal tersebut dikarenakan variabel *financial literacy* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada investor ritel. Variabel *financial literacy* sebagai moderator memiliki signifikansi sebesar 0,037 dan nilai koefisien *beta* sebesar -0,044. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *financial literacy* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* investor ritel secara signifikan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan *financial literacy* memperlemah pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* karena nilai koefisien *beta* negatif. Semakin tinggi tingkat *financial literacy* dalam diri seorang investor, maka semakin rendah efek yang ditimbulkan oleh fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* investor tersebut.

Financial literacy terbukti memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO)

terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada investor ritel. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat *financial literacy* yang dimiliki oleh seorang investor akan menentukan sejauh mana investor tersebut akan terpengaruh oleh faktor psikologis seperti fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) ini. Investor dengan tingkat *financial literacy* yang tinggi akan cenderung tidak terpengaruh oleh adanya fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency*, sehingga keputusan investasi *cryptocurrency* yang diambil akan lebih rasional dan menghindarkan investor tersebut dari dampak buruk dari fenomena FOMO. Dapat disimpulkan bahwa tingkat *financial literacy* merupakan sebuah fondasi bagi seorang investor dalam berinvestasi karena dapat membantu investor tersebut untuk mengambil keputusan investasi *cryptocurrency* dengan lebih baik. Oleh sebab itu, penting bagi kalangan masyarakat umum khususnya investor ritel dalam rangka meningkatkan tingkat *financial literacy* mereka sebagai salah satu faktor untuk mengurangi efek dari faktor emosional seperti FOMO dan menjaga rasionalitas dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency*. Platform-platform jual beli *cryptocurrency* disarankan untuk aktif memberikan

informasi-informasi terkait topik keuangan yang dapat berguna untuk meningkatkan tingkat *financial literacy* para penggunanya. Pemerintah juga harus turut andil dalam peningkatan tingkat *financial literacy* yang dimiliki masyarakat dengan merancang dan mengadakan program-program edukasi keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian relevan dimana *Financial literacy* dapat berperan sebagai variabel moderasi dalam beberapa kasus investasi secara umum. Hubungan antara kecerdasan emosional terhadap keputusan investasi dengan pengaruh moderasi *financial literacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan (Hadi, 2017). Penelitian dari Fitriyani & Anwar (2022) menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* dapat memoderasi hubungan *herding*, *experience regret* dan *religiosity* terhadap keputusan investasi saham syariah pada investor muslim millennial. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian Puspitasari & Ristianawati (2024) yang menyatakan bahwa *financial literacy* dapat memoderasi hubungan *herding* dengan keputusan investasi, tetapi tidak dengan *religiosity* terhadap keputusan investasi saham pada investor generasi Z di Jawa Tengah.

c. *Financial experience* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out*

(FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*

Berdasarkan *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hipotesis (H3) diterima, hal tersebut dikarenakan variabel *financial experience* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada investor ritel. Variabel *financial experience* sebagai moderator memiliki signifikansi sebesar 0,044 dan nilai koefisien *beta* sebesar -0,033. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *financial experience* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* investor ritel secara signifikan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan *financial experience* memperlemah pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* karena nilai koefisien *beta* negatif. Semakin tinggi tingkat *financial experience* dalam diri seorang investor, maka semakin rendah efek yang ditimbulkan oleh fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* investor tersebut.

Temuan penelitian ini bahwa *financial experience* memoderasi secara negatif pengaruh fenomena *Fear Of Missing Out*

(FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* menunjukkan bahwa pengalaman keuangan yang dimiliki oleh individu akan membantu mereka dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* sehingga tidak terjerumus dalam keputusan yang impulsif. Investor dengan tingkat *financial experience* yang tinggi akan cenderung lebih bijak dalam melakukan kegiatan investasi khususnya menyikapi informasi terkait pasar yang dapat memicu fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO). Oleh sebab itu, bagi seorang investor perlu membangun tingkat *financial experience* yang baik dengan terus aktif mengumpulkan pengalaman berkaitan dengan investasi *cryptocurrency* seperti membiasakan diri dengan kondisi pasar yang tidak menentu untuk menyiapkan mental dan keterampilan praktis seperti kemampuan analisis fundamental serta teknikal yang dapat membantu investor tersebut dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* yang lebih baik dalam pasar *cryptocurrency* yang sangat fluktuatif.

Hasil penelitian ini secara umum sejalan dengan penelitian relevan sebelumnya. Berdasarkan penelitian dari Barber & Odean (2001) menunjukkan bahwa *financial experience* dapat memengaruhi pengambilan keputusan

dalam investasi, tabungan, dan pengelolaan risiko dengan membuat individu lebih percaya diri dan rasional dalam membuat keputusan. *Financial experience* ini dapat membuat seorang individu menjadi lebih rasional dalam mengambil keputusan investasi. *Financial experience* dapat meningkatkan pengelolaan keuangan individu dan membantu dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih baik (Brilianti & Lutfi, 2021). Hasil penelitian ini juga menguatkan temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2023) yang menunjukkan bahwa dalam konteks investasi *cryptocurrency*, FOMO tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi karena responden dalam penelitian ini adalah investor yang rutin berinvestasi setiap bulan. Dapat disimpulkan bahwa *financial experience* pada seorang investor dapat membantu investor tersebut untuk mengambil keputusan investasi *cryptocurrency* yang lebih rasional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima, berarti *Fear Of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Fenomena *Fear Of*

Missing Out (FOMO) yang terjadi pada investor ritel menjadi faktor penyebab dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* yang irasional dan berpotensi merugikan investor tersebut.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima, berarti *financial literacy* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. *Financial literacy* memperlemah pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Tingkat *financial literacy* menjadi menjadi salah satu faktor penentu seorang investor tersebut cenderung terpengaruh oleh *Fear Of Missing Out* (FOMO) atau tidak dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency*.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima, berarti *financial experience* memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. *Financial experience* memperlemah pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Tingkat *financial experience* menjadi salah satu faktor penentu seorang investor tersebut cenderung

terpengaruh oleh *Fear Of Missing Out* (FOMO) atau tidak dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency*.

Keterbatasan Penelitian

1. Penulis mengalami kesulitan untuk membagikan kuesioner kepada responden melalui beberapa grup atau komunitas *cryptocurrency* karena beberapa grup yang ada di platform Telegram tidak membolehkan untuk melakukan share link apapun.
2. Dalam proses pengumpulan responden melalui platform Telegram dengan menggunakan fitur pesan pribadi kepada investor secara langsung, mayoritas dari mereka mengira Penulis akan melakukan *scam* saat membagikan link kuesioner sehingga mereka tidak merespon pesan tersebut dan melaporkan akun Telegram penulis yang berakibat terhambatnya proses pengumpulan responden karena akun yang terblokir sementara.

Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya
Mencoba alternatif lain untuk mengumpulkan jawaban dari responden penelitian, seperti melalui kerja sama dengan pemilik akun komunitas atau akun edukasi *cryptocurrency* yang sudah memiliki reputasi yang baik pada platform Instagram dan Twitter

sehingga membuat investor merasa aman saat ingin mengisi kuesioner penelitian yang dibagikan oleh peneliti dan memiliki jangkauan penyebaran kuesioner yang lebih besar agar proses pengumpulan responden lebih efektif dan efisien.

2. Bagi *stakeholder*

Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai regulator *cryptocurrency* Indonesia saat ini dapat bekerja sama dengan platform jual -beli *cryptocurrency* dalam rangka merancang program edukasi untuk investor *cryptocurrency* seperti contohnya acara seminar, konten edukasi, dan lomba-lomba yang memacu investor untuk dapat mengelola faktor emosional saat berinvestasi dan meningkatkan kemampuan praktis investor agar tidak selalu tergantung pada keputusan investasi orang lain.

3. Bagi investor *cryptocurrency*

Perlunya memiliki fondasi yang baik dalam berinvestasi pada pasar *cryptocurrency* yang sangat fluktuatif, fondasi tersebut diantara lain memiliki kesadaran akan risiko fenomena FOMO yang sering terjadi pada investor, tingkat *financial literacy* serta *financial experience* yang baik. Hal tersebut

dikarenakan pentingnya peran *financial literacy* dan *financial experience* dalam pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* bagi seorang investor ritel dapat menjadi faktor penentu keputusan investasi *cryptocurrency* yang diambil cenderung rasional atau irasional karena adanya faktor seperti FOMO. Tingkat *Fear Of Missing Out* (FOMO) yang tinggi membuat pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* menjadi irasional dan meningkatkan risiko kerugian pada investor tersebut.

4. Bagi responden penelitian

Responden disarankan untuk memahami pentingnya perlindungan finansial melalui asuransi sebagai bagian dari perencanaan keuangan jangka panjang karena dengan memiliki asuransi investor dapat mengurangi risiko finansial tak terduga dan menciptakan fondasi keuangan yang lebih stabil saat berinvestasi, terutama dalam aset berisiko tinggi dan penuh ketidakpastian seperti *cryptocurrency*.

Responden juga perlu untuk mengembangkan kemandirian dalam mengambil keputusan investasi melalui peningkatan keterampilan analisis investasi. Mengikuti keputusan orang lain tanpa memahami latar belakang

investasi dapat menyebabkan kerugian. Oleh sebab itu, disarankan untuk belajar melakukan analisis teknikal dan fundamental secara mandiri agar keputusan investasi lebih akurat dan sesuai dengan profil risiko pribadi

DAFTAR PUSTAKA

- Anggini, N. D., Wardoyo, C., & Wafaretta, V. (2021). Pengaruh Self-Attribution Bias, Mental Accounting, dan Familiarity Bias terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(3), 97–106. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v6i3.1898>
- Aritonang, D. E., & Hariwibowo, I. N. (2024). Fenomena “FoMO” Investasi Cryptocurrency: Analisis Sentimen. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 4(2), 181-193.
- Asfira, N., A. Rokhmawati, & A. F. Fathoni. (2019). Pengaruh Financial Literacy dan Investment Experience terhadap Risk Tolerance dan Investment Decision. *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau* 27(4): 340–352.
- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2024). *Tumbuh 356,16 Persen Tahun Ini, Transaksi Aset Kripto Capai Rp 556,53 Triliun*. Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. https://bappebti.go.id/siaran_pers/detail/15717
- Baker, M., & Wurgler, J. (2007). Investor sentiment in the stock market. *Journal of Economic Perspectives*, 21(2), 129–151. <https://doi.org/10.1257/jep.21.2.129>

- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 261-292.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2014). *Investments (10th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Brilianti, Tirani R., and Lutfi, L. (2019). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Keuangan, dan Pendapatan terhadap Perilaku Keuangan Keluarga. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 9(2).
<https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1762>.
- CoinMarketCap. (2025). *Cryptocurrency Prize, Chart, and Market Cap*. Retrieved February 11, 2025, from <https://coinmarketcap.com/charts/bitcoin-dominance>.
- Fitriyani, S. & Saiful, A. (2022). "Pengaruh Herding, Experience Regret dan Religiosity terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah pada Investor Muslim Millennial dengan Financial Literacy sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, vol. 9, no. 1, 30 Jan. 2022, pp. 68-77, <https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp68-77>.
- Hadi, Fazal. (2017). Effect of Emotional Intelligence on Investment Decision Making With a Moderating Role of Financial Literacy. *China-USA Business Review*, 16.
<https://doi.org/10.17265/1537-1514/2017.02.002>.
- Herman, D. (2000). Introducing Short-term Brands: A New Branding Tool for a New Consumer Reality. *Journal of Brand Management*, 7.
- Jappelli, T., & Padula, M. (2013). Investment in Financial Literacy and Saving Decisions. *Journal of Banking and Finance*, 37(8), 2779–2792.
<https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.03.019>
- Kraken. (2024). *Emosi Menjadi Penyebab 63% Pemegang Kripto Membuat Pilihan Buruk, Survei*. Learn2Trade. Retrieved February 11, 2025, from <https://learn2.trade/id/how-fomo-and-fud-shape-the-trading-decisions-of-crypto-holders>
- Lu, F., & Sinha, J. (2024), "How social media usage and the fear of missing out impact minimalistic consumption", *European Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 4, pp. 1083-1114. <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2022-0641>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Financial literacy and retirement preparedness: Evidence and implications for financial education. *Business Economics*, 42(1), 35-44.
- Mara, S. V., & Supriyanto, S. (2024). Pengaruh *Gambler's Fallacy*, FOMO, *Hindsight* terhadap Keputusan Generasi Milenial dalam Berinvestasi *Cryptocurrency* (Studi Generasi Milenial Muslim di Solo Raya). [Disertasi, tidak diterbitkan]. UIN Surakarta.
- Mandagie, Y. R. O., Febrianti, M., & Fujianti, L. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi dan Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila). *RELEVAN: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(1), 35-47.
- Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system*. Retrieved from <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat. Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia.
- Pachlevi, R., & Ingriyani, L. (2023). *Peran Personal dan Social Fear of Missing out (FoMo) terhadap Keputusan Investasi*. [Tesis, tidak diterbitkan].. Politeknik Negeri Jakarta.
- Prasetyo, P., Priyantoro, P., & Daniar, K. (2024). Pengaruh Behavioral Finance terhadap Pengambilan Keputusan Investasi yang Dimoderasi oleh Literasi Keuangan (Pada Investor Saham di Jawa Timur). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(3), 379 - 393. <https://doi.org/10.31842/jurnalnobis.v7i3.327>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Puspitasari, P & Ristianawati, Y. (2024). “Pengaruh *Herding* dan *Religiosity* terhadap Keputusan Investasi Saham dengan *Financial Literacy* Sebagai Variabel Moderasi”. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol 5, No 3, October 2024, pp. 379–387, <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.6032>.
- Rahayu, N. W. I., Hepni, Fauzan, Poernomo, D., Dafik, Mursyidah, I. L., & Jannah, E. S. W. (2024). An Islamic point of view of cryptocurrency investment: Generations z fear of missing out (FOMO) and their personal traits as traders. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(5), 1880–1905. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i5.1920>
- Sholikhin, N., & Fahamsyah, M. H. (2022). Apa yang Mempengaruhi Mahasiswa untuk Berinvestasi di Pasar Modal?
- Suryawan, I. (2023). Fear of Missing out in Cryptocurrency Investing. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7, 301-310.
- Susanto, A. H. (2023). *Pengaruh FOMO, Technical Analysis Knowledge dan Fundamental Analysis Knowledge Terhadap Keputusan Investasi Dengan Financial Behavior Sebagai Pemoderasi*. [Tesis, tidak diterbitkan]. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta.
- Triple-A. (2024). *The State of Global Cryptocurrency Ownership in 2024*. Retrieved February 11, 2025, from <https://www.triple-a.io/cryptocurrency-ownership-data>
- Yermack, D. (2013). Is Bitcoin a real currency? *National Bureau of Economic Research*. <https://doi.org/10.3386/w19747>.