

# PERAN *FINANCIAL LITERACY* DAN *HERDING* DALAM KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI Z

<sup>1</sup>Ni Putu Intan Bidari, <sup>2</sup>Ni Kadek Sinarwati

<sup>1</sup>Mahasiswa S2 Ilmu Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha

<sup>2</sup>Dosen S2 Ilmu Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha

<sup>1</sup>email: niputuintanbidari07@undiksha.ac.id

**Abstract:** *The increase of the number of young investors in Indonesia in 2023 indicates that the rise of the financial literacy level among the Generation Z. Financial literacy can be described as the ability and knowledge in planning, making strategy, and managing money. Generation Z gets abundant privilege by the ease of access to information including financial and investment. However, this privilege might lead them to financial bias which is herding. Herding is a situation where the investor tends to follow the decision made by other investors. This library research is aimed to describe the roles of financial literacy and herding in investment decision making among the Generation Z. The data are obtained from literature that come from credible national and international journal publishers. Based on the literatures, it is found that although the Generation Z have sufficient financial literacy, they still have doubts about doing investment. It is related to their deficient and unstable income. The research also finds that although Generation Z gets influenced by the influencer on social media, they do not use it as the only consideration for their investment. Therefore, it is recommended for the investors to check any information that they find on the internet.*

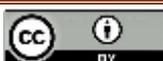
**Keywords :** *Generation Z, Financial Literacy, Herding*

**Abstrak :** Meningkatnya jumlah investor muda yang berasal dari Generasi Z di pasar modal pada tahun 2023 menjadi salah satu indikator penting yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia meningkat. Literasi keuangan merupakan kemampuan dan pengetahuan individu dalam merencanakan, membuat strategi, dan mengelola keuangan. Generasi Z mendapatkan banyak *privilege* dalam mengakses berbagai informasi termasuk informasi keuangan dan investasi. Namun kemudahan akses informasi ini juga mungkin menimbulkan bias perilaku *herding* dimana investor cenderung mengikuti pola investasi yang dilakukan investor lain. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan yang bertujuan untuk mendeskripsikan peran *financial literacy* dan *herding* dalam pengambilan keputusan investasi oleh Generasi Z. Data didapatkan dari artikel yang dipublikasi oleh jurnal - jurnal yang kredibel seperti *ResearchGate*, *Elsvier*, dan *ScienceDirect*. Berdasarkan literatur yang dikaji di dalam penelitian ini, ditemukan bahwa walaupun Generasi Z sudah memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup, mereka tetap merasa ragu untuk berinvestasi. Hal ini terkait pendapatan yang masih kurang secara jumlah dan juga stabilitas. Penelitian ini juga menemukan bahwa, walaupun Generasi Z mendapatkan pengaruh dari *influencer* yang mereka ikuti di media sosial, tapi mereka tidak menggunakan hal tersebut sebagai satu - satunya pertimbangan dalam membuat keputusan investasi. Oleh karena itu, investor disarankan untuk selalu melakukan analisis terhadap informasi keuangan yang mereka dapatkan dari internet.

**Kata kunci :** *Generasi Z, Literasi Keuangan, Herding*

## PENDAHULUAN

Investasi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan dalam jangka waktu tertentu dengan menanamkan modal dalam bentuk aset berharga maupun uang (Viana, Febrianti, & Dewi, 2021). Kegiatan investasi sudah menjadi hal yang umum dilakukan banyak orang di dunia, termasuk Indonesia. Seakan menjadi *trend*, banyak anak muda yang melakukan investasi. Hal ini dapat dilihat dari data yang diungkapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang



dikutip dari CNBC Indonesia (2023), dimana investor di pasar modal di Indonesia didominasi oleh anak muda, terutama Generasi Z. Tercatat bahwa 57.26 % total investor di pasar modal merupakan investor berusia dibawah 30 tahun.

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh besar berdampingan dengan teknologi. Kemudahan akses informasi membuat Generasi Z dapat dengan mudah mengetahui dan mempelajari hal yang berkaitan dengan investasi. Banyaknya platform informasi termasuk media sosial juga menimbulkan *trend* lain yaitu bermunculnya para figur publik atau yang lebih sering disebut *influencer* yang berlomba - lomba memberikan edukasi pada para pengikut media sosialnya untuk melakukan investasi. Media sosial membantu meningkatkan literasi keuangan atau *financial literacy* Generasi Z (Khatik, Joshi, & Adwani, 2021).

Literasi keuangan merupakan salah satu hal yang harus dimiliki dan diperhatikan oleh investor sebelum melakukan keputusan investasi. Hal ini karena literasi keuangan mendorong individu untuk mengetahui bagaimana melakukan investasi dan memilih jenis investasi yang tepat (Saputra, et al., , 2019). Literasi keuangan atau *financial literacy* ini dapat didapatkan dari berbagai sumber, termasuk media berita online maupun media sosial yang kini ramai digunakan oleh Generasi Z. Kemudahan akses informasi yang didapatkan melalui internet menjadi salah satu faktor yang mungkin memberikan pengaruh kepada keputusan investasi Generasi Z. Investor memiliki kemungkinan untuk menunjukkan perilaku *herding*.

*Herding* merupakan salah satu perilaku keuangan yang dapat memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi, dalam hal ini untuk investor Generasi Z. Pratama et al., (2020) mendefinisikan *herding* sebagai perilaku investor yang cenderung mengikuti keputusan atau pola investasi yang dilakukan oleh investor lain. *Herding* dapat menimbulkan bias terhadap keputusan investasi Generasi Z, apabila tidak diikuti oleh analisis teknikal dan fundamental. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh *financial literacy* dan perilaku *herding* dalam pengambilan keputusan investasi oleh Generasi Z yang dikenal sebagai *native internet*.

## KAJIAN TEORI

### Generasi Z

Menurut (Turner, 2015), istilah Generasi Z atau Gen Z mengacu pada orang-orang yang lahir di pertengahan 1990 sampai akhir 2010. Lebih lanjut, (Fikri, Frima, & Rosalina, 2022) menyebutkan Generasi Z merupakan generasi kelahiran 1995 - 2010 yang dapat melakukan berbagai kegiatan dalam suatu waktu (*multi - tasking*). Generasi Z juga bisa disebut dengan *net - gen* (*internet generation*) atau *digital native*. Hal ini dikarenakan mereka terlahir tanpa merasakan hidup di masa sebelum adanya internet. Generasi Z merupakan generasi pertama yang tumbuh dengan adanya komputer dan akses internet, sehingga generasi ini dapat dengan mudahnya belajar tentang banyak hal, termasuk keuangan dan investasi (Utami & Sitanggang, 2021). Generasi ini tidak hanya menghadapi kompleksnya produk keuangan dan pasar, tetapi juga tingginya risiko keuangan di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi Generasi Z untuk memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola keuangan (*financial literacy*).

### Financial Literacy

*Financial literacy* atau literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam membaca, menganalisa, menginterpretasi, mengelola uang, dan berkomunikasi mengenai kondisi keuangan pribadi (Azhar, Azilah, & Syafiq, 2017). Literasi keuangan tidak hanya digunakan untuk mempertimbangkan keputusan investasi, tetapi digunakan juga sebagai pertimbangan dalam mengelola keuangan pribadi dalam pengalokasian dana secara efektif dan efisien agar tidak terjebak utang atau pengeluaran yang tidak diperlukan. Seseorang yang memiliki literasi keuangan berarti memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan, membuat rencana, dan melaksanakan keputusan keuangan dengan tepat, termasuk dalam melakukan investasi. Dalam melakukan sebuah perencanaan keuangan *financial literacy* juga merupakan salah satu hal yang bisa mencegah terjadinya perilaku bias keuangan. Literasi keuangan bisa didapatkan secara formal, misalnya dengan adanya kurikulum yang memasukkan dan membahas tentang pasar modal dan investasi secara khusus di perkuliahan atau bisa juga melalui seminar-seminar yang menarik (Yustati & Harpepen, 2023). Selain itu, literasi



keuangan juga bisa dipelajari secara informal atau belajar sendiri dari berbagai sumber seperti buku keuangan, berita *offline* maupun online, bahkan saat ini informasi keuangan dapat dengan mudah ditemui di berbagai sosial media.

### ***Herding***

*Herding* merupakan salah satu perilaku keuangan dimana seorang investor tidak mengikuti nilai fundamental perusahaan maupun informasi yang sudah dipublikasikan, namun cenderung mengikuti keputusan investasi dari investor lainnya (Afriani & Halmawati, 2019). *Herding* terjadi karena pengaruh orang terdekat seperti keluarga, teman, atau bahkan orang yang mungkin jauh tapi terasa dekat karena sudah saling berinteraksi melalui platform media sosial, *influencer* saham misalnya. Perilaku *herding* ini terjadi karena investor menilai bahwa investor lain memiliki kemampuan dan pengalaman yang lebih baik dalam investasi. *Herding* dapat membuat bias dalam pengambilan keputusan investasi apabila tidak diikuti dengan analisis fundamental dan hal ini dapat membuat pasar menjadi tidak efisien. (Siahaan & Seno, 2022).

Selain itu, *herding* juga dapat menimbulkan bias apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan pengalaman yang cukup dan kemampuan untuk melakukan analisis fundamental dan teknikal. Karena perilaku *herding* ini bisa saja mengubah keputusan seorang investor secara tiba-tiba mengenai investasinya karena terpengaruh oleh orang lain, padahal pilihan investasi orang lain tersebut bisa saja kurang cocok (Humairo & Panuntun, 2022).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan *library research* atau penelitian kepustakaan. (George, 2008) mengungkapkan bahwa *library research* adalah jenis penelitian dimana peneliti mengumpulkan data dengan mempelajari, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang berkaitan dengan suatu topik melalui buku, artikel, dan dokumen terkait lainnya. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, dimana hasil penelitian disampaikan dalam bentuk deskripsi. Data yang digunakan berasal dari jurnal internasional dan nasional dari beberapa website yang menyediakan jurnal kredibel seperti *Researchgate*, *Elsevier*, *ScienceDirect*, dan lainnya. Artikel jurnal yang digunakan adalah artikel yang membahas tentang bagaimana peran *financial literacy* terhadap *herding* pada Generasi Z dalam mengambil keputusan investasi dari tahun 2022 - 2023.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Peran *financial literacy* terhadap pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z**

Perilaku keuangan Generasi Z dipengaruhi oleh tingkat pemahaman dan pengetahuan keuangan yang dimiliki. Literasi keuangan mencakup bagaimana seseorang merencanakan dan mengelola keuangan. Hal ini berkaitan dengan tujuan keuangan, dimana tiap generasi ditemukan memiliki tujuan keuangan berbeda. Sehingga mereka memiliki preferensi investasi yang berbeda pula. (Adhikari & Poddar, 2021) menemukan adanya perbedaan dari tujuan serta pilihan investasi dari Generasi X, Y, dan Z.

##### a. Generasi X

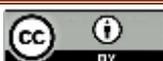
Generasi X merupakan generasi yang lahir di periode 1966 - 1976. Generasi ini memiliki tujuan investasi untuk memiliki dana pensiun, sehingga mereka cenderung memilih investasi jangka panjang, diatas 10 tahun. Pilihan investasi mereka ada pada reksa dana.

##### b. Generasi Y

Orang yang lahir pada periode 1977 - 1994 disebut sebagai Generasi Y atau milenial. Para milenial ini memilih berinvestasi pada reksa dana dan deposito tetap dengan jangka waktu 1 - 3 tahun atau 3 - 5 tahun. Ini terjadi karena mereka memiliki tujuan investasi berupa dana pensiun dan juga dana keperluan darurat.

##### c. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir di periode 1995 - 2010 yang memiliki tujuan investasi untuk memiliki dana darurat. Investasi yang dipilih adalah investasi deposito tetap dengan jangka waktu 1 - 3 tahun. Selain dana darurat, investasi juga dilakukan oleh Generasi Z untuk mendapatkan *high*



*return* di masa depan, keperluan dana pendidikan, dan juga memenuhi keinginan untuk *travelling* (Patil & Gokhale, 2022).

Generasi Z sebagai generasi yang lahir dan tumbuh berdampingan dengan teknologi, mempunyai tingkat literasi keuangan yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya Generasi Z yang sudah melakukan investasi di pasar modal. CNBC Indonesia (2023), mengungkapkan bahwa berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 57.26 % investor di pasar modal merupakan investor berusia dibawah 30 tahun. (Novia, Indriani, & Hudaya, 2023), mengungkapkan bahwa faktor yang menyebabkan hal ini terjadi adalah karena adanya kemudahan untuk melakukan investasi tersebut. Saat ini banyak perusahaan sekuritas yang menyediakan aplikasi yang dapat diakses secara online, sehingga mudah digunakan dimana saja dan kapan saja. Aplikasi yang disediakan juga didesain agar mudah digunakan oleh investor (*user friendly*). Kemudahan akses yang diberikan ini menjadi salah satu faktor yang dapat menarik minat dan menjadi salah satu pertimbangan investasi bagi Generasi Z (Novia, Indriani, & Hudaya, 2023; Quetua et al., 2023; Toto & Kartika, 2023).

Meskipun memiliki literasi keuangan sangat memberikan motivasi seseorang, namun tetap ada faktor lain yang menentukan keputusan investasi pada Generasi Z. Seperti yang diungkapkan oleh (Toto & Kartika, 2023) dimana faktor utama yang menjadi pertimbangan mahasiswa Generasi Z sebelum berinvestasi adalah tidak memiliki pemasukan atau pendapatan sendiri yang stabil. Pendapatan Generasi Z yang masih berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua atau dari bekerja sambil diluar kegiatan kuliah. Hal ini membuat mereka berpikir kembali ketika akan melakukan investasi. Karena jika mahasiswa Generasi Z tersebut ingin berinvestasi, maka mereka harus menyisihkan uang saku tersebut. Sementara Generasi Z ini cenderung masih memiliki ketakutan dan keraguan terhadap kondisi pasar modal yang tidak pasti (Patil & Gokhale, 2022).

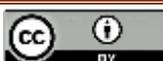
### **Perilaku *herding* dalam pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z**

Generasi Z yang juga dikenal sebagai *internet generation* dan *digital native* karena mereka lahir dan tumbuh tanpa merasakan era dimana internet dan teknologi belum berkembang. Sehingga generasi ini dapat dengan mudahnya mendapatkan berbagai macam informasi dari *platform* yang variatif. Dewasa ini, penggunaan sosial media merupakan hal yang sudah menjadi hal yang lumrah bagi Generasi Z. Berbagai macam informasi yang bisa diakses adalah termasuk informasi tentang saham. (Humairo & Panuntun, 2022) menemukan bahwa banyak Generasi Z yang melakukan investasi saham karena mendapatkan pengaruh dari *influencer* saham di media sosial. *Influencer* saham yang mampu memberikan informasi secara persuasif dapat membuat Generasi Z percaya dan kemudian mengikuti apa yang disampaikan *influencer* tersebut. Perilaku ini yang disebut sebagai *herding*, dimana seorang investor mengambil sebuah keputusan investasi berdasarkan pengaruh dari orang lain atau atas dasar ikut-ikutan. Fenomena ini sering disebut sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO) oleh Generasi Z, dimana seseorang mengikuti apa yang orang lain lakukan karena merasa takut akan tertinggal.

*Herding* tidak hanya terjadi karena pengaruh orang yang terkenal seperti *influencer* saham di media sosial, tetapi juga pengaruh dari orang-orang terdekat seperti teman, kerabat, dan keluarga. Semakin dekat hubungan investor dengan orang tersebut, maka akan lebih mudah investor percaya dan mengikuti saran atau pola investasi yang dilakukan orang tersebut. *Herding* dikatakan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi seorang investor, karena investor tersebut berasumsi bahwa investor lain memiliki pengetahuan dan sudah lebih berpengalaman (Rosdiana, 2020).

Perilaku *herding* bisa terjadi karena Generasi Z memiliki pengalaman yang belum terlalu banyak dan mungkin baru memulai investasi karena direkomendasikan oleh orang yang mereka percaya (Pratama et al., 2020). Perasaan tidak aman dan nyaman ketika harus berinvestasi juga bisa menjadi salah satu faktor munculnya perilaku *herding*. Generasi Z cenderung menginginkan *return* akan tetapi merasa ragu karena tidak stabilnya kondisi pasar modal. Mereka lebih suka hal yang aman dan stabil, sehingga mereka memiliki ekspektasi yang lebih rendah dibandingkan generasi sebelumnya (Viana, Febrianti, & Dewi, 2021).

Perilaku *herding* merupakan hal yang memberikan dampak positif dan signifikan terhadap motivasi dan minat investasi Generasi Z (Fikri, Frima, & Rosalina, 2022; Humairo & Panuntun,



2022). Namun *herding* juga bisa menimbulkan bias dalam pengambilan keputusan investasi. Karena Generasi Z hanya mengikuti apa pola yang sudah dilakukan investor lain tanpa melakukan analisis teknikal maupun fundamental. Hanya sedikit Generasi Z yang berinvestasi berdasarkan riset atau analisis yang dilakukan sendiri atau bahkan berdasarkan penasehat investasi (Dugar & Madhavan, 2023). Sehingga *herding* ini bisa saja membuat investor mendapatkan hasil (*return*) yang kurang sesuai dengan ekspektasinya.

Namun demikian, *herding* tidak selalu menjadi perilaku yang memengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Seperti yang disebutkan sebelumnya, kemudahan akses informasi sudah sangat membantu Generasi Z untuk mempertimbangkan dan memilah informasi yang memang bisa digunakan sebagai referensi dalam melakukan investasi. (Siahaan & Seno, 2022) menemukan bahwa *herding* memberikan pengaruh parsial dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Hal ini mengindikasikan bahwa kuat atau lemahnya perilaku *herding* tidak terlalu memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan yang diambil oleh investor. Generasi Z sudah bisa mengambil keputusan investasi berdasarkan analisis yang dilakukan sendiri, bukan sekedar ikut - ikutan. Disinilah peran *financial literacy* atau literasi keuangan diperlukan. Semua bentuk informasi yang didapatkan melalui ahli, teman, keluarga, *influencer*, berita *offline* maupun *online* dapat dianalisis terlebih dahulu sebelum akhirnya mengambil keputusan investasi. Karena dengan memiliki pengetahuan keuangan dan kemampuan mengelola informasi keuangan sebelum mengambil keputusan, bias perilaku *herding* dapat dihindari oleh investor Generasi Z.

## KESIMPULAN DAN SARAN

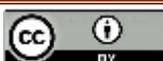
### Kesimpulan

Kegiatan investasi yang mengorbankan kesenangan masa kini untuk kenikmatan masa depan merupakan hal yang sudah menjadi *trend* di kalangan anak muda, terutama Generasi Z. Generasi Z yang lahir di periode tahun 1995 - 2010 yang dikenal dengan *internet generation* dan *native digital* karena tumbuh besar bersama teknologi. Mereka mendapatkan keuntungan dengan mudahnya mendapatkan berbagai informasi dari internet. Sehingga banyak ilmu yang mereka dapatkan dari berbagai sumber secara otodidak (*self - educated*). Hal ini termasuk pengetahuan keuangan seperti perencanaan keuangan, pengelolaan uang, dan juga investasi.

Literasi keuangan (*financial literacy*) yang memberikan pengaruh terhadap tujuan, rencana, dan strategi pengelolaan keuangan ini tentu saja memiliki pengaruh terhadap pilihan jenis maupun jangka waktu investasi. Generasi Z cenderung memilih mempersiapkan dana darurat, dana pendidikan, dan termasuk juga biaya liburan. Sehingga investasi mereka cenderung dilakukan dalam jangka 1 - 3 tahun, dan investasi yang dipilih adalah deposito tetap. Meskipun literasi keuangan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z, masih ada faktor lain yang membuat mereka belum berani melakukan investasi. Faktor utamanya adalah belum memiliki pendapatan sendiri, mengingat banyak Generasi Z yang masih mendapatkan uang dari orang tuanya. Generasi Z yang sudah memiliki pendapatan sendiri pun masih memiliki kekhawatiran untuk melakukan investasi karena ketidakstabilan kondisi pasar modal.

Memiliki kebebasan dan kemudahan akses terhadap berbagai macam informasi membuat Generasi Z menunjukkan perilaku *herding*. *Herding* adalah perilaku dimana seorang investor mengambil keputusan investasi berdasarkan saran atau dengan mengikuti pola portofolio investor lain. Fenomena ini bisa muncul karena kurangnya pengalaman yang dimiliki oleh Generasi Z dan keinginan mereka untuk bermain aman dalam berinvestasi. Generasi Z lebih banyak mengikuti apa yang disarankan oleh *influencer* saham, teman, dan keluarga. Perilaku *herding* dapat menimbulkan bias dalam pengambilan keputusan investasi jika tidak diikuti oleh kemampuan dan pengetahuan untuk melakukan analisis teknikal maupun fundamental.

Berdasarkan pemaparan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan (*financial literacy*) sangat diperlukan dalam melakukan investasi. Hal ini untuk mencegah hal - hal yang mungkin akan membuat bias, seperti *herding* dalam pengambilan keputusan investasi bagi investor, dalam hal ini adalah Generasi Z. Literasi keuangan membantu Generasi Z untuk lebih bijak dalam menentukan keputusan investasi agar sesuai dengan faktor risiko, rencana, dan tujuan keuangan yang dimiliki.

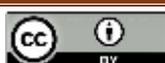


### Saran

1. Untuk investor Generasi Z, memiliki kemampuan dan pengetahuan keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam investasi. Berkembangnya teknologi diharapkan bisa sangat membantu Generasi Z dalam memilih dan memfilter informasi mana saja yang diperlukan dalam berinvestasi.
2. Untuk lembaga atau institusi pendidikan, diharapkan lebih banyak memberikan mata kuliah dan seminar yang berhubungan dengan investasi atau perencanaan keuangan sehingga Generasi Z dapat memiliki literasi keuangan yang lebih baik lagi.
3. Untuk peneliti selanjutnya, dapat ditambahkan variabel lain dari perilaku keuangan yang mungkin memengaruhi keputusan investasi yang dilakukan oleh investor dari Generasi Z.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adhikari, R., & Poddar, S. (2021). Generational Differences in Personal Finance Behaviour – A Insight into Investors in Kolkata. *Indian Journal of Economics and Finance*, 1(2), 7 – 12. <https://doi.org/10.54105/ijef.b2505.111221>
- Afriani, D., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Cognitive Dissonance Bias, Overconfidence Bias dan Herding Bias terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1, 1650–1665. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/jea.v1i4.168>
- Aryanti, D. N., Saragih, L., & Tarigan, W. J. (2022). Analisis Pengetahuan Investasi, Return dan Risiko Terhadap Minat Berinvestasi Online di Aplikasi Bibit (Studi Kasus Pada Generasi Millennial). *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 275 - 284
- Azhar, Z., Azilah, N., & Syafiq, A. (2017). Investment Awareness Among Young Generation. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 36, 126 – 135. <https://doi.org/10.2991/icbmr-17.2017.12>
- Dugar, M., & Madhavan, V. (2023). Is Gen Z in India Moving towards Financial Independence? - A Study of Their Investment Preferences. *Journal of Student Research*, 12(2), 1 – 25. <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v12i2.4446>
- Fikri, R., Frima, R., & Rosalina, E. (2022). Pengaruh Herding Factor dan Overconfidence terhadap Kualitas Pengambilan Keputusan Investasi Saham pada Generasi Z (Studi pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program Studi D-IV Akuntansi Politeknik Negeri Padang). *JABEI: Jurnal Akuntansi, Bisnis, Dan Ekonomi Indonesia*, 2, 39 – 45. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei/index.php/jabei/article/view/28/23>
- George, M. W. (2008). *The Elements of Library Research*. Princeton University Press.
- Humairo, A., & Panuntun, B. (2022). Perilaku Overconfidence, Loss Aversion, dan Herding Bias dalam Pengambilan Keputusan Investasi Pasar Modal pada Generasi Z. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01, 213 – 226. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/download/27154/14684/83980>
- Khatik, S. K., Joshi, R., & Adwani, V. K. (2021). Inferring the Role of Social Media on Gen Z's Investments Decisions. *Journal of Content, Community and Communication*, 14, 309 – 317. <https://doi.org/10.31620/JCCC.12.21/24>
- Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F. ., & Sinaga, E. M. (2022). Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan QRIS Di Kota Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 4(1), 24 – 32. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v4i1.351>
- Novia, S., Indriani, E., & Hudaya, R. (2023). Determinan Minat Investasi Generasi Z. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 3, 103 – 115. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/risma.v3i1.383>
- Patil, Y., & Gokhale, R. (2022). Investing in the Age of Millennials and Gen-Z: A Comparative Analysis. *Innovision Journal of Management Research*, 6(2), 15 – 28. <https://doi.org/10.31794/nldimsr.6.2.2022.15-28>
- Pratama, A. O., Purba, K., Jamhur, J., & Prasetyo, P. B. T. (2020). Pengaruh Faktor Perilaku Investor Saham Terhadap Keputusan Investasi di Bursa Efek Indonesia. *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7, 170 – 179. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/moneter.v7i2.8659>
- Puspadini, Mentari. 2023. Investor Gen-Z Dominasi Pasar Modal, Komposisi Nyaris 60%. Diakses pada 23 September 2023 dari <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230810163535-17-461956/investor-gen-z-dominasi-pasar-modal-komposisi-nyaris-60>



- Quetua, K. N., Juan, M. C. J., Katipunan, G. R. M., Velasco, C. M., & Etrata, A. J. (2023). Driving Forces: Generational Differences on the Purchasing Behavior of Investment Assets among Gen Y and Gen Z. *MEC-J: Management and Economics Journal*, 7, 43 – 62. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18860/mec-j.v7i1.19272>
- Rosdiana, R. (2020). Investment Behavior in Generation Z and Millennial Generation. *Dinasti International Journal of Economics, Finance, & Accounting*, 1(5), 767 – 780. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Saputra, R., Kartawinata, B. R., Wijayangka, C., & Moeliono, N. N. K. (2019). Analisis Faktor Investasi pada Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan*, 9, 41 – 58. <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/jika.v9i1.2679>
- Siahaan, S. A. N., & Seno, P. H. K. (2022). Pengaruh Financial Literacy dan Behavioral Finance Factors terhadap Keputusan Investasi. *Prosiding SNAM PNJ*, 3, 1 – 11. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/download/5874/2937>
- Toto, & Kartika, R. (2023). Faktor yang Mempengaruhi Minat Gen Z dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Creative Research Management Journal*, 6, 1 – 11. <https://doi.org/https://doi.org/10.32663/crmj.v6i1.3588>
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71, 103 – 113. <https://doi.org/https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>
- Utami, N., & Sitanggang, M. L. (2021). The Analysis of Financial Literacy and Its Impact on Investment Decisions: A Study on Generation Z In Jakarta. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9, 33 – 40. <https://doi.org/https://doi.org/10.35314/inovbiz.v9i1.1840>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12, 252–264. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Yustati, H., & Harpepen, A. (2023). Analisis Minat Investasi Gen-Z terhadap Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi pada Mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu). *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9, 76 – 87. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29300/aij.v9i1.9896>

