

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah mempercepat penyebaran informasi sehingga memengaruhi cara masyarakat memahami dan mengelola keuangan. Kemajuan teknologi finansial turut mendorong hadirnya berbagai bentuk pengelolaan keuangan yang tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga dimanfaatkan sebagai upaya membangun serta meningkatkan kekayaan melalui kegiatan investasi.¹ Investasi merupakan salah satu bentuk aktivitas muamalah yang sangat dianjurkan dalam Islam karena mampu mendorong terciptanya pemerataan distribusi pendapatan secara adil di tengah masyarakat.²

Di era modern saat ini, investasi semakin menjadi perhatian masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan generasi. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perencanaan keuangan serta semakin mudah akses terhadap

¹ Adhe Pertiwi Mareta Et Al., “Pengaruh Perceived Risk , Perceived Benefit Dan Moderasi Word Of Mouth Pada Investasi Emas Digital” 10, No. 1 (2025): 66–80.

² Titis Indrawati, “Analisis Perilaku Konsumen Investasi Emas Digital Di Tokopedia,” 2023, https://etheses.iainponorogo.ac.id/23608/1/Titis_Perpuspusat.Pdf.

berbagai instrumen investasi digital.³ Ditengah banyaknya instrumen investasi yang ada, emas menjadi salah satu investasi yang lumayan diminati oleh generasi Z.⁴

Meskipun emas dikenal sebagai instrumen investasi yang memiliki risiko lebih rendah dibandingkan saham, pergerakan harganya tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi global, tingkat inflasi, dan fluktuasi nilai tukar mata uang.⁵ Investasi emas digital menjadi salah satu jenis investasi yang banyak diminati oleh generasi z pada era modern saat ini karena dinilai mampu memberikan peluang keuntungan yang menjanjikan. Ketertarikan generasi z terhadap investasi emas digital semakin meningkat seiring dengan kemudahan akses dan potensi keuntungan yang ditawarkan. Dalam penelitian annur Berdasarkan hasil survei Jakpat, sebanyak 46% responden di Indonesia diketahui memiliki investasi emas.⁶

Di antara berbagai instrumen investasi yang tersedia, emas menempati posisi strategis sebagai aset lindung nilai (*safe haven*) yang relatif mampu mempertahankan nilainya di tengah inflasi dan tidak pastian ekonomi global. Kenaikan harga emas yang signifikan dalam

³ Mareta Et Al., “Pengaruh Perceived Risk , Perceived Benefit Dan Moderasi Word Of Mouth Pada Investasi Emas Digital.”

⁴ Suci Yulia Amanda, Miftakhus Surus, And Figo Alimbel, “Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Investasi Generasi Z Pada Investasi Emas Digital Bank Syariah Indonesia Dengan Brand Image Sebagai Mediasi” 7, No. November (2024).

⁵ Pengaruh Inflasi Et Al., “Pengaruh Inflasi, Bi Rate, Kurs Usd, Dan Harga Emas Terhadap Ihsg: Sebelum Dan Pasca Wabah Covid-19 Di Indonesia” 7 (2024): 491–503, <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i2.1652>.

⁶ Emiliana Martuti Lawalu Et Al., “Pengenalan Investasi Emas Melalui Media Digital Pada Pemuda Di Desa Oeltua” 4, No. 2 (2023): 1669–73.

beberapa tahun terakhir telah menjadikannya salah satu instrumen investasi yang menarik dibandingkan deposito maupun obligasi. Kondisi tersebut turut mendorong transformasi ekosistem investasi emas di Indonesia, terutama melalui perkembangan investasi emas digital yang semakin mudah diakses oleh masyarakat.

Berdasarkan data Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti), nilai transaksi emas digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, dari sekitar Rp3,22 triliun pada tahun 2023 menjadi Rp41,3 triliun pada tahun 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan semakin tingginya niat masyarakat terhadap investasi emas digital sebagai alternatif investasi yang praktis, fleksibel, dan mudah dijangkau oleh berbagai kalangan, termasuk generasi z.⁷ Pada Januari 2025, transaksi emas digital kembali mencatat kenaikan sebesar 195,59 persen secara tahunan (*year on year*), dengan nilai transaksi mencapai Rp5,29 triliun, menunjukkan bahwa niat masyarakat terhadap investasi emas digital terus mengalami peningkatan yang signifikan.⁸

Pertumbuhan investasi emas digital tersebut terjadi seiring dengan meningkatnya partisipasi generasi muda dalam pasar keuangan Indonesia secara keseluruhan. Berdasarkan data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per akhir tahun 2025, jumlah investor pasar modal Indonesia telah mencapai 20,32 juta *Single Investor Identification* (SID),

⁷ Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, "Laporan Kinerja 2025," 2025.

⁸ Komoditi.

meningkat sekitar 37 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan semakin tingginya niat masyarakat, khususnya generasi muda, untuk berpartisipasi dalam berbagai instrumen investasi sebagai bagian dari upaya perencanaan dan pengelolaan keuangan jangka panjang.⁹

Dari total investor pasar modal di Indonesia tersebut, sebanyak 52,59 persen merupakan investor yang berusia di bawah 30 tahun. Selain itu, data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa sekitar 79 persen dari keseluruhan investor berada pada kelompok usia di bawah 40 tahun. Data ini mengindikasikan bahwa generasi muda mendominasi aktivitas investasi di Indonesia dan memiliki peran yang semakin signifikan dalam perkembangan pasar keuangan nasional.¹⁰

Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan pertumbuhan yang signifikan pada layanan tabungan emas dengan mencatat sebanyak 1 juta nasabah hingga April 2026. Capaian tersebut mencerminkan meningkatnya niat masyarakat terhadap investasi emas digital. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ini adalah tingginya partisipasi Generasi Z, yang kini mencakup sekitar 32% dari keseluruhan nasabah tabungan emas BSI, sehingga menunjukkan bahwa kelompok usia muda semakin aktif memanfaatkan instrumen investasi berbasis

⁹ Data Demografi Et Al., “Statistik Pasar Modal Indonesia Pertumbuhan Investor,” 2025, 1–14.

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan (Ojk), “Ojk Dorong Generasi Muda Jadi Motor Pertumbuhan Investor Pasar Modal Sp 132/Gkpb/Ojk/Viii/2025,” 2025.

syariah.¹¹ Secara khusus dalam segmen emas digital, data Pegadaian menunjukkan nasabah Gen Z mencatat pertumbuhan tahunan sebesar 116 persen, jauh melampaui generasi lainnya.¹²

Layanan investasi emas digital di Bank Syariah Indonesia (BSI) mulai tersedia sejak hadirnya fitur BSI Emas pada aplikasi BSI Mobile setelah proses merger bank syariah pada tahun 2021. Selanjutnya, pada 26 Februari 2025, BSI secara resmi meluncurkan layanan BSI Emas Digital kepada masyarakat bersamaan dengan peresmian Bank Emas (*Bullion Bank*) BSI oleh Presiden Republik Indonesia, Prabowo Subianto. Melalui peresmian tersebut, BSI menjadi bank syariah pertama di Indonesia yang memperoleh izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk menyelenggarakan layanan Bank Emas. Pada kesempatan yang sama, BSI juga memperkenalkan ekosistem bisnis emas syariah yang terintegrasi melalui tiga layanan utama, yaitu BSI Emas Digital, BSI Gold, dan BSI ATM Emas.¹³

Perkembangan teknologi finansial memberikan kemudahan bagi gen Z dalam mengakses berbagai instrumen investasi. Namun, di sisi lain, fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) mendorong gen Z untuk mengambil keputusan investasi secara terburu-buru karena khawatir

¹¹ Bsi, "Setahun Bullion Bank, Bsi Perkuat Ekosistem Emas Nasional Dengan Kelolaan Capai 22,5 Ton," Maret, 2026, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/setahun-bullion-bank-bsi-perkuat-ekosistem-emas-nasional-dengan-kelolaan-capai-225-ton>.

¹² Demografi Et Al., "Statistik Pasar Modal Indonesia Pertumbuhan Investor."

¹³ Bsi, "Resmi Diluncurkan Presiden Prabowo, Bsi Jadi Bank Emas Pertama Di Indonesia," 2025, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/resmi-diluncurkan-presiden-prabowo-bsi-jadi-bank-emas-pertama-di-indonesia>.

kehilangan peluang yang dianggap menguntungkan. Dalam konteks investasi, FOMO muncul ketika seseorang melihat investor lain memperoleh keuntungan besar, sehingga timbul rasa takut tidak mendapatkan peluang keuntungan yang sama.¹⁴

Niat investasi merupakan kecenderungan kognitif dan afektif individu untuk melakukan investasi pada instrumen tertentu di masa mendatang. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan Ajzen, niat perilaku merupakan prediktor terkuat dari tindakan nyata seseorang.¹⁵ Dalam konteks investasi digital, niat seseorang untuk berinvestasi tidak semata-mata terbentuk berdasarkan pertimbangan fundamental ekonomi, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan tekanan lingkungan. Memahami determinan niat investasi di kalangan gen Z menjadi sangat penting mengingat mereka sedang berada pada tahap pembentukan kebiasaan keuangan, namun masih memiliki keterbatasan pengalaman investasi. Hal ini diperkuat oleh data SNLIK 2024 yang menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan kelompok usia muda masih tergolong rendah dibandingkan kelompok usia yang lebih matang.¹⁶

Fear of Missing Out (FOMO) mencerminkan rasa khawatir individu akan tertinggal dari pengalaman atau tren yang sedang berkembang,

¹⁴ Program Studi Et Al., “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi” 3 (2024): 75–83.

¹⁵ Human Decision Processes, “The Theory Of Planned Behavior” 211 (1991): 179–211.

¹⁶ Otoritas Jasa Keuangan (Ojk), “Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (Snlik) 2024,” 2024.

sehingga sering memengaruhi perilaku generasi muda dalam mengadopsi teknologi digital. Fenomena FOMO juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap persepsi kemudahan serta keputusan gen Z dalam menggunakan platform digital, termasuk pada layanan keuangan berbasis syariah.¹⁷

Herding behavior merupakan salah satu bias perilaku yang terjadi ketika investor cenderung meniru penilaian atau keputusan investor lain dalam proses pengambilan keputusan investasi, sehingga investor yang awalnya bertindak rasional dapat berubah menjadi tidak rasional.¹⁸ Perilaku *herding* umumnya muncul karena rendahnya tingkat kepercayaan diri terhadap kemampuan dan pengalaman pribadi, sehingga investor lebih mudah terpengaruh dan bereaksi cepat terhadap keputusan investasi yang diambil oleh investor lain.¹⁹

Perilaku kawanan (*Herd behavior*) mengacu pada kecenderungan individu dalam mengambil keputusan dengan mengikuti tindakan atau keputusan orang lain, sehingga mengurangi proses analisis dan pengolahan informasi secara mandiri.²⁰ Hasil penelitian Afriani dan

¹⁷ Renata Zoraifi Et Al., "Journal Of Advanced Studies In Management Exploring The Impact Of Fear Of Missing Out On Perceived Ease Of Use And Usage Decisions In Digital Platforms" 1, No. 2 (2025): 81–88.

¹⁸ Rizwan Khalid, Muhammad Usman Javed, And Khurram Shahzad, "Impact Of Behavioral Biases On Investment Decision Making With Moderat- Ing Role Of Financial Literacy Literature Review Investment Decision" 6, No. 2 (2018): 34–41.

¹⁹ Febiyanto Nur Ramdani And Fakultas, "Analisis Pengaruh Representativeness Bias Dan Herding Behavior Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Mahasiswa Di Yogyakarta) Febiyanto," 2018, 1–16.

²⁰ Vahid Nikpey Pesyan, Yousef Mohammadzadeh, And Ali Rezazadeh, "Spatial Analysis Of Dependency Culture Resulting From Exchange Rate Fl Uctuations On Herding Behavior In Iran ' S Housing Market," 2024, <https://doi.org/10.1108/Ijhma-09-2024-0137>.

Halmawati, menunjukkan bahwa investor cenderung menampilkan *Herding behavior* ketika lebih mengandalkan informasi yang telah divalidasi oleh banyak orang dibandingkan penilaiannya sendiri.²¹ Hal tersebut muncul karena adanya persepsi bahwa keputusan investasi yang diambil oleh mayoritas kemungkinan besar tidak salah.

Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh penelitian Setiawan dkk, yang menyatakan bahwa perilaku *herding* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Hal tersebut disebabkan oleh ketersediaan informasi yang memadai, sehingga investor cenderung menggunakan informasi tersebut sebagai dasar dalam mengambil keputusan investasi secara lebih rasional.²²²³

pada generasi z sendiri FOMO dan *herding behavior* memiliki dimensi yang unik karenagenerasi sekarang umumnya memiliki jaringan sosial yang kuat, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, serta kecenderungan untuk saling berbagi informasi tentang peluang investasi. *Social Cognitive Theory* yang dikemukakan oleh Albert Bandura menjelaskan keterkaitan antara faktor pribadi, lingkungan, dan perilaku individu. Dalam konteks investasi, fenomena *Fear of Missing Out*

²¹ Halmawati Dila Afriani, "View Of Pengaruh Cognitive Dissonance Bias, Overconfidence Bias Dan Herding Bias Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi.Pdf" (Padang: Jurnal Eksplorasi Akuntansi, 2019).

²² Yehezkiel Chris Setiawan, Apriani Dorkas, And Rambu Atahau, "Cognitive Dissonance Bias , Overconfidence Bias Dan Herding Bias Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham" 1, No. 1 (2018): 17–25, <https://doi.org/10.26820/jkp.2017.001>.

²³ Program Studi Manajemen And Program Studi Manajemen, "Pengaruh Herding Dan Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Nasabah Emas Kantor Pegadaian Ungaran) Istiqomah Nur Aristiwati 1 , Suryakusuma Kholid Hidayatullah 2" 14, No. 1 (2021): 15–30.

(FOMO) muncul akibat pengamatan sosial di media digital yang menampilkan keberhasilan investasi orang lain, sehingga membentuk persepsi efikasi diri finansial serta mendorong individu untuk meniru perilaku tersebut.²⁴

Sebagai generasi muda merupakan kelompok yang rentan terhadap pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *Herding behavior* dalam kegiatan investasi. Data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia menunjukkan bahwa lebih dari 59,5% investor di Indonesia berusia di bawah 30 tahun, yang menandakan dominasi generasi muda dalam perkembangan investasi domestik.²⁵ Di sisi lain, masih terdapat kesenjangan antara tingginya akses terhadap investasi digital dengan kematangan pertimbangan finansial di kalangan generasi muda. Perbedaan antara tingkat literasi keuangan dan tingkat inklusi keuangan di Indonesia turut mendorong munculnya perilaku investasi yang irasional, termasuk fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). Kondisi tersebut relevan dengan gen Z di Padang yang berada dalam lingkungan sosial digital yang aktif, namun belum tentu memiliki tingkat literasi

²⁴ Lailatul Maimunah, Kiko Armenita Julito, And Khalisah Visiana Subekti, “Pengaruh Fomo , Literasi Keuangan , Dan Herding Behavior Terhadap Keputusan Investasi Saham Generasi Z Di Era Digital Dengan Financial Self-Efficacy Sebagai Variabel Moderasi (Dki Jakarta)” 7, No. 2 (2026): 1363–82.

²⁵ Nurshawa Fitri Shalumita And Ujang Syahrul Mubarrok, “Fear Of Missing Out (Fomo), Financial Literacy , And Social Media Intensity On The Investment Decisions Of Financial Management Students At The Islamic University Of Kadiri , Kediri City” 22 (2026): 27–34.

keuangan yang memadai untuk mengambil keputusan investasi secara rasional.²⁶

Faktor lain yang tidak kalah penting untuk dikaji adalah peran gender dalam membentuk perilaku investasi. Berbagai kajian dalam *behavioral finance* secara konsisten menemukan adanya perbedaan pola pengambilan risiko antara laki-laki dan perempuan, di mana laki-laki cenderung lebih percaya diri (*overconfidence*) dan lebih menyukai risiko (*risk taking*), sementara perempuan cenderung lebih berhati-hati dan menghindari risiko (*risk averse*) dalam pengambilan keputusan investasi.²⁷ Perbedaan psikologis dan sosial-kultural ini berpotensi memoderasi kekuatan hubungan antara FOMO maupun *herding behavior* terhadap niat investasi misalnya, investor laki-laki mungkin lebih rentan terdorong oleh FOMO dan *herding* karena kecenderungan pengambilan keputusan yang lebih impulsif, sementara investor perempuan cenderung lebih selektif meskipun tetap terpapar tren serupa. Namun demikian, temuan mengenai peran gender dalam literatur masih beragam, sebagian penelitian menemukan gender memperkuat pengaruh bias perilaku terhadap keputusan investasi, sementara penelitian lain justru tidak menemukan perbedaan signifikan antara investor laki-laki dan

²⁶ Aizzat Haqiqi And Mohammad Khusnu Milad, "Behavioral Risk Pada Investasi Logam Mulia : Analisis Fomo (Fear Of Missing Out) Di Kalangan Nasabah Pegadaian Upc Pasar Wadungasri," 2025.

²⁷ Tiar Lina Situngkir And Yayat Supriyatna, "Interaction Between Gender And Cognitive Factor Toward Investment Decision" 26, No. 2 (2022): 265–76, <https://doi.org/10.26905/jkdp.v26i2.7021>.

perempuan.²⁸ Tidak konsisten hasil inilah yang mendasari pentingnya menguji kembali gender sebagai variabel moderasi, khususnya pada konteks investasi emas digital berbasis syariah yang secara spesifik belum banyak diteliti.²⁹

Kota Padang, sebagai ibukota Provinsi Sumatera Barat, memiliki populasi Gen Z yang signifikan dengan tingkat literasi finansial yang beragam. Dengan pertumbuhan ekspor emas dan kesadaran finansial syariah yang tinggi di region ini, Padang menjadi lokasi strategis untuk meneliti fenomena investasi emas digital di kalangan generasi Z. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi finansial dan faktor demografis memiliki peran penting dalam membentuk niat investasi.³⁰

Aksesibilitas produk investasi emas digital di Bank Syariah Indonesia semakin terbuka luas karena nasabah dapat memulai investasi hanya dengan Rp50.000 melalui aplikasi BYOND by BSI, dengan kepemilikan sekitar 0,02 gram emas. Setelah memiliki rekening emas, nasabah dapat memantau secara langsung perkembangan investasinya serta melakukan transaksi jual beli emas dengan harga yang kompetitif selama 24 jam. Kemudahan tersebut menjadikan investasi emas digital BSI menarik bagi

²⁸ Rita Satria, "Behavioral Finance Factors And Investment Decisions In" 8, No. 1 (2025): 2221–41.

²⁹ Jurnal *Economia Et Al.*, "Exploring Cognitive Bias Influence On Investment Decisions In Indonesia: The Mediating Role Of Fomo" 21, No. 3 (2025): 432–46.

³⁰ Madziatul Churiyah Asiah, Afifah Nur, Agung Haryono, "Financial Wellness Of Students In East Java: The Role Of Parental Financial Education, Financial Status, Financial Literacy, And Financial Behavior" 12, No. 2 (2024): 297–326, <https://doi.org/10.26740/Jepk.V12n2.P297-326>.

kalangan generasi Z yang umumnya memiliki keterbatasan modal, tetapi tetap memiliki niat untuk berinvestasi.³¹

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bermaksud mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *Herding Behavior* Terhadap Niat Investasi Emas Digital di Bank Syariah Indonesia Pada Generasi z di Kota Padang dengan Gender sebagai variabel moderasi”**.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini mengkaji pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *Herding Behavior* terhadap niat investasi emas digital. Variabel *gender* digunakan sebagai variabel moderasi untuk menguji apakah terdapat perbedaan kekuatan pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *Herding Behavior* terhadap niat investasi emas digital antara laki-laki dan perempuan. Objek penelitian difokuskan pada layanan investasi emas digital Bank Syariah Indonesia (BSI), khususnya melalui aplikasi BYOND by BSI, dan mencakup investasi emas digital. Responden penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Padang, sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan peneliti. Penelitian ini mengukur niat investasi (*investment intention*) terhadap emas digital. Analisis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

³¹ Bank Bsi, “Emas Naik, Beli Emas Di Bsi Aja !,” N.D.,
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/emas-naik-beli-emas-di-bsi-aja>.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat investasi emas digital pada generasi Z di kota Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh *Herding Behavior* terhadap niat investasi emas digital pada generasi Z di Kota Padang?
3. Bagaimanakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat investasi emas digital pada Generasi Z Laki-laki di Kota Padang?
4. Bagaimanakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat investasi emas digital pada Generasi Z Perempuan di Kota Padang?
5. Bagaimanakah pengaruh *Herding Behavior* terhadap niat investasi emas digital pada Generasi Z Laki-laki di Kota Padang?
6. Bagaimanakah pengaruh *Herding Behavior* terhadap niat investasi emas digital pada Generasi Z Perempuan di Kota Padang?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat investasi emas digital pada generasi Z di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh *Herding Behavior* terhadap niat investasi emas digital pada generasi Z di Kota Padang.

3. Untuk mengetahui Bagaimanakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat investasi emas digital pada Generasi Z Laki-laki di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui Bagaimanakah pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat investasi emas digital pada Generasi Z Perempuan di Kota Padang.
5. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh *Herding Behavior* terhadap niat investasi emas digital pada Generasi Z Laki-laki di Kota Padang.
6. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh *Herding Behavior* terhadap niat investasi emas digital pada Generasi Z Perempuan di Kota Padang.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang perilaku keuangan (*behavioral finance*) yang berkaitan dengan pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *herding behavior* terhadap niat investasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat kajian teori mengenai faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan serta niat investasi pada kalangan generasi Z. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik dan bahan kajian bagi peneliti

selanjutnya yang membahas investasi emas digital, perilaku investor, serta produk investasi syariah di Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *herding behavior* terhadap niat investasi emas digital pada kalangan generasi Z. Bagi gen Z, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya pengambilan keputusan investasi yang rasional dan tidak hanya didasarkan pada tren atau pengaruh lingkungan sosial. Bagi Bank Syariah Indonesia, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran serta edukasi investasi emas digital yang sesuai dengan karakteristik dan perilaku gen Z. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian terkait perilaku keuangan dan investasi syariah.

F. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini merupakan latar belakang, batasan penelitian, rumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir konseptual, dan pertanyaan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, kriteria inklusi dan eksklusi, teknik pengolahan data, teknik analisis data, alur penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil penelitian yang sudah dilakukan, seperti gambaran objek penelitian, karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari bab I sampai bab IV, yang mana didalamnya mencakup kesimpulan, implikasi penelitian dan saran.