

Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi, Dan Kepercayaan Dalam Membentuk Minat Investasi Cryptocurrency Di Kalangan Generasi Z

Uswatun Khasanah¹, Heni Susilowati^{2*}

^{1,2}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern Sukoharjo, Indonesia
E-mail: heni@stiestekom.ac.id

Article History:

Received: 01 Maret 2026

Revised: 10 Maret 2026

Accepted: 12 Maret 2026

Keywords:

Financial Literacy, Investment Experience, Trust, Investment Interest, Cryptocurrency

Abstract: *The rapid development of digital technology has encouraged Generation Z to become more active in digital investment instruments such as cryptocurrency. Ease of access through financial applications provides opportunities for younger generations to participate in the investment market more flexibly. The purpose of this study is to analyze the factors influencing Generation Z's interest in investing in cryptocurrency, specifically financial literacy, investment experience, and trust. This study used a quantitative approach, specifically a survey method. The sample of this study was 93 individuals residing in Kudus with prior investment experience, using a purposive sampling technique. The research instrument consisted of a questionnaire with 20 indicators, measured using a Likert scale of 1-5 and analyzed using multiple linear regression. The results of this study indicate that financial literacy has a positive and significant effect on interest in investing in cryptocurrency. Meanwhile, investment experience has a negative and significant effect, indicating that prior investment experience can influence risk perception. Trust, on the other hand, has no positive and significant effect at the 5% level. The model explains 12.4% of the variance in interest in investing in cryptocurrency. These findings emphasize the importance of improving financial literacy among Generation Z to support more rational investment decision-making in the digital financial market.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi digital telah menyebabkan perubahan substansial di bidang keuangan, terutama untuk aktivitas investasi berbasis teknologi digital. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012, adalah generasi yang paling responsif terhadap pertumbuhan teknologi dan inovasi keuangan (Statista, 2023). Menurut data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (2024), lebih dari 55% investor pasar modal berusia 18-27 tahun, yang mewakili generasi muda. Instrumen yang dicari oleh Generasi Z adalah *cryptocurrency*.

Meskipun investasi mata uang *cryptocurrency* memberikan keuntungan yang tinggi, tetapi investasi ini ditandai dengan risiko tinggi, volatilitas, dan ketidakpastian regulasi yang belum sepenuhnya diatur. Studi yang dilakukan oleh (Kresnawati et al., 2024) mengungkapkan bahwa pengalaman investasi tanpa literasi keuangan dapat menyebabkan bias investasi seperti terlalu percaya diri. Situasi ini menjadi perhatian karena minat investasi yang tinggi belum diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Kondisi ini menyebabkan individu dapat mengambil keputusan investasi yang kurang rasional dan spekulatif. (Arriqoh & Zoraya, 2024). Literasi keuangan berperan penting membantu individu memahami risiko, peluang dan karakteristik instrumen investasi sehingga dapat mengambil keputusan yang rasional. Menurut (Almajali et al., 2022), literasi keuangan memiliki dampak besar pada adopsi instrumen investasi digital seperti investasi *cryptocurrency*, terutama di kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Sebaliknya, (Novia et al., 2023; Rona et al., 2023) menjelaskan peningkatan minat investasi pada *cryptocurrency* belum diimbangi dengan peningkatan pengetahuan keuangan dasar atau pengetahuan keuangan yang memadai tentang risiko investasi. Situasi ini berpotensi mendorong perilaku investasi impulsif, terutama karena pengaruh tren dan promosi oleh *influencer* di media sosial (Mazzatto et al., 2022; Sehendar dan Fahamsyah, 2024).

Selain literasi keuangan, pengalaman investasi juga merupakan faktor yang mempengaruhi minat investasi Generasi Z dalam investasi *cryptocurrency*. Pengalaman investasi dapat memberikan pembelajaran praktis dinamika yang terjadi di pasar, tingkat risiko dan potensi keuntungan dari instrumen investasi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dalam mengambil keputusan investasi (Dugar & Madhavan, 2023). Menurut (Kurniadi & Herdinata, 2024) bahwa pengalaman investasi secara positif memengaruhi minat investasi dalam investasi *cryptocurrency*, yang dimediasi oleh toleransi risiko. Namun pengalaman investasi tidak selalu mendorong peningkatan minat investasi karena memiliki pengalaman negatif sebelumnya mengalami kerugian yang dapat menurunkan minat investasi kembali.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat investasi adalah kepercayaan yang telah diidentifikasi sebagai hal yang krusial dalam membentuk minat Generasi Z untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency*. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan individu pada sistem keamanan, kredibilitas platform, dan keamanan transaksi menjadi penentu penting untuk adopsi *cryptocurrency* (Almajali et al., 2022). Selain itu, (Dugar & Madhavan, 2023) berpendapat bahwa kepercayaan pada regulasi dan platform digital memiliki dampak substansial dalam membentuk minat Generasi Z untuk berinvestasi. Kepercayaan yang tinggi terhadap sistem investasi digital dapat mendorong individu tertarik berinvestasi pada instrumen *cryptocurrency*, sehingga memengaruhi investasi optimal mereka (Novia et al., 2023).

Berdasarkan beberapa studi hasil penelitian menemukan hasil bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi. Sementara hasil penelitian lain menunjukkan bahwa faktor perilaku seperti pengalaman investasi dan faktor sosial berperan penting juga dalam membentuk minat investasi Generasi Z (Kresnawati et al., 2024). Dengan demikian, masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk memahami kombinasi literasi keuangan, pengalaman investasi dan kepercayaan yang mempengaruhi minat investasi *cryptocurrency* khususnya Generasi Z di tingkat lokal kota Kudus. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terutama terkait faktor yang mempengaruhi minat investasi Generasi Z pada instrumen investasi digital.

LANDASAN TEORI

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan menerapkan berbagai konsep dan alat keuangan untuk menentukan keputusan ekonomi yang tepat. Menurut (Maharani & Farhan Saputra, 2021) individu dengan literasi keuangan tinggi mampu mengelola uang, menilai risiko, dan membuat rencana masa depan yang tepat. Telah terungkap melalui penelitian bahwa literasi keuangan berkorelasi positif dengan minat individu dalam berinvestasi di *cryptocurrency*. Tingkat literasi keuangan yang rendah menyebabkan perilaku spekulatif, yang biasanya didasarkan pada tren, seperti yang dinyatakan dalam literatur oleh (Arriqoh & Zoraya, 2024; Suhendar & Fahamsyah, 2024). Literasi keuangan Generasi Z mengacu pada pengetahuan, pemahaman, dan perilaku individu. Telah terungkap melalui literatur bahwa pemahaman tentang risiko, inflasi, dan produk investasi meningkatkan minat individu dalam berinvestasi di *cryptocurrency*, seperti yang dinyatakan oleh (Nag & Shah, 2022; Arriqoh & Zoraya, 2024). Literasi keuangan juga membantu individu mengurangi risiko, seperti yang dinyatakan oleh (Mazzatto et al., 2022). Namun, pengaruh literasi ini dapat dikurangi oleh perilaku konsumen dan faktor eksternal lainnya (Suhendar & Fahamsyah, 2024). Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini mengusulkan H1: Literasi keuangan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency* Generasi Z di Kota Kudus.

Pengalaman Investasi

Pengalaman investasi didefinisikan sebagai pengalaman individu, baik langsung maupun tidak langsung, dalam proses investasi. Investasi, menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dugar & Madhavan, 2023), dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam menghadapi risiko pasar, termasuk frekuensi, jenis, dan hasil instrumen. Namun, pengalaman tanpa dukungan literasi keuangan dapat menyebabkan bias perilaku, seperti pengalaman terlalu percaya diri, yang tidak baik untuk proses pengambilan keputusan (Kresnawati et al., 2024). Dapat dikatakan bahwa pengalaman itu baik, tetapi kualitas keputusan yang dibuat bergantung pada tingkat literasi keuangan. Berdasarkan penjelasan konsep pengalaman, para peneliti merumuskan H2: Pengalaman investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency* Generasi Z di Kota Kudus.

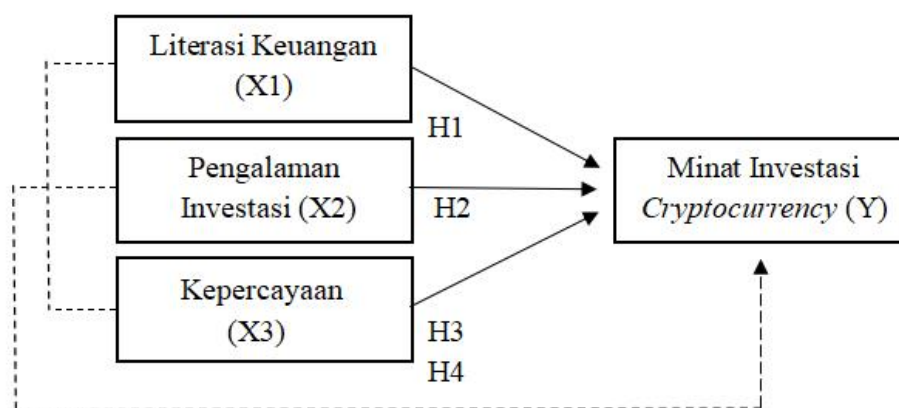
Kepercayaan

Kepercayaan merupakan faktor penting dalam investasi *cryptocurrency* karena terkait dengan keamanan, transparansi, dan keandalan platform. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan pendorong penting bagi Generasi Z untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency* meskipun berisiko (Kurniadi & Herdinata, 2024). Selain itu, persepsi sistem, pengaruh sosial, dan kualitas informasi yang diberikan dapat membentuk keputusan investasi (Arriqoh & Zoraya, 2024). Kemampuan untuk memahami risiko dan tingkat pengetahuan digital juga dapat membentuk kepercayaan yang rasional (Irfan Mu'afi et al., 2024). Di sisi lain, kepercayaan dapat dievaluasi melalui keamanan, kredibilitas, dan transparansi yang diberikan oleh platform (Almajali et al., 2022). Namun, pengaruh sosial, seperti bias perilaku, dapat memengaruhi rasionalitas keputusan (Arriqoh & Zoraya, 2024), dan kepercayaan harus dilengkapi dengan pengetahuan yang dibutuhkan. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini mengembangkan H3: Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency* Generasi Z di Kota Kudus.

Minat Investasi Cryptocurrency

Minat berinvestasi dalam *cryptocurrency* didefinisikan sebagai karakteristik psikologis individu yang memiliki minat dan niat untuk berinvestasi dalam aset tertentu tanpa harus

melakukan tindakan konkret. Kelompok Generasi Z telah menunjukkan tingkat minat yang tinggi dalam berinvestasi di *cryptocurrency* karena kemajuan teknologi dan media sosial (Fadhiil & Fariska, 2020). Minat investasi didefinisikan sebagai fungsi dari proses pengambilan keputusan, pengaruh media sosial, dan preferensi risiko. Media sosial dan *influencer* telah terbukti meningkatkan minat investasi di kalangan Generasi Z (Suci Martaningrat & Kurniawan, 2024), dan antusiasme investasi juga merupakan fungsi dari preferensi risiko (Kurnijanto et al., 2025). Minat investasi yang tinggi di kalangan Generasi Z tidak selalu merupakan fungsi dari persiapan keuangan dan perilaku investasi (Novia et al., 2023), menunjukkan bahwa minat investasi adalah konstruksi yang dinamis. Berdasarkan pembahasan ini, penelitian ini merumuskan H4: Literasi keuangan merupakan faktor yang lebih penting dalam memengaruhi minat investasi *cryptocurrency* dibandingkan dengan pengalaman dan kepercayaan investasi. Model penelitian dapat dijelaskan di bawah ini:



Keterangan:

- : Pengaruh Parsial
 ----→ : Pengaruh Simultan

Gambar 1. Model Pemikiran

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel yang ada, dan temuan diperoleh dari analisis statistik data numerik. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan (X1), Pengalaman Investasi (X2), dan Kepercayaan (X3), sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Investasi *Cryptocurrency* (Y).

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh Generasi Z usia 18-27 tahun yang pernah melakukan investasi selain *cryptocurrency*. Penentuan ukuran sampel mengacu pada (Roscoe, 1975), yang dirangkum dalam (Sekaran & Bougie, 2016), ukuran sampel yang tepat untuk sebagian besar laporan berkisar antara 30 dan 500. Selain itu, dalam penelitian Roscoe, jumlah ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar daripada jumlah total variabel penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuisioner kepada 100 responden tepat yang layak diolah lebih lanjut sebanyak 93 responden. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *purposive sampling*, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu seperti Generasi Z yang memiliki pengalaman dalam berinvestasi sebelumnya. Metode pengumpulan data dilakukan melalui Google Form, di mana responden dihubungi melalui WhatsApp dengan menggunakan skala

Likert 1-5 untuk mengumpulkan data. Selanjutnya data lolos asumsi klasik normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas serta divalidasi melalui uji reliabilitas dan validitas untuk memastikan data berkualitas digunakan dalam penelitian. Analisis data dilakukan melalui regresi linier berganda, di mana persamaan yang digunakan adalah:

$$MI = \alpha + \beta_1(LK) + \beta_2(PI) + \beta_3(K) + e$$

Keterangan:

MI = Minat Investasi

α = Konstanta

LK = Literasi Keuangan

PI = Pengalaman Investasi

K = Kepercayaan

β_1 - β_3 = Koefisien masing-masing variabel independen

e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel. 1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	48	51,6
	Perempuan	45	48,4
2	Usia (tahun)		
	18-20	16	17,2
	21-23	36	38,7
	24-27	41	44,1
3	Pekerjaan		
	Mahasiswa	38	40,9
	Karyawan Swasta	29	31,2
	PNS	0	0
	Wirausaha	11	11,8
	Lainnya	15	16,1
4	Pendapatan		
	<1 juta	18	19,4
	1-3 juta	33	35,5
	3,1-6 juta	38	40,9
	6,1-10 juta	4	4,3
	>10 juta	0	0
5	Investasi yang Pernah Dilakukan		
	Emas	21	22,6
	Reksa Dana	25	26,9
	Saham	8	8,6
	Deposito Berjangka	1	1,1
	Surat Berharga (Obligasi)	3	3,2
	Lainnya	35	37,6
Total		93	100%

Berdasarkan Tabel 1 di atas, karakteristik responden menunjukkan bahwa jenis kelamin responden relatif seimbang karena 51,6% responden adalah laki-laki dan 48,4% responden adalah perempuan. Dari segi usia responden, sebagian besar responden termasuk dalam kelompok usia 24-27 tahun (44,1%), diikuti oleh 21-23 tahun (38,7%) dan 18-20 tahun (17,2%). Dari segi pekerjaan, sebagian besar responden adalah mahasiswa (40,9%) dan karyawan swasta (31,2%), diikuti oleh pengusaha (11,8%) dan pekerjaan lain (16,1%). Dari segi pendapatan, sebagian besar responden memperoleh pendapatan antara 3,1 hingga 6 juta rupiah (40,9%), diikuti oleh 1 hingga 3 juta rupiah (35,5%). Dari segi pengalaman investasi, sebagian besar responden berinvestasi di kategori lain (37,6%), diikuti oleh reksa dana (26,9%) dan emas (22,6%), sedangkan instrumen investasi lainnya menunjukkan persentase yang relatif rendah.

Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Ket
1	Literasi Keuangan	Konsep risiko investasi <i>cryptocurrency</i>	0,443	0,2039	Valid
		Dampak inflasi dan suku bunga	0,305	0,2039	Valid
		Memahami risiko <i>cryptocurrency</i>	0,220	0,2039	Valid
		Membedakan jenis investasi	0,340	0,2039	Valid
		Perencanaan keuangan pribadi	0,315	0,2039	Valid
2	Pengalaman Investasi	Berinvestasi lebih dari satu kali	0,206	0,2039	Valid
		Menggunakan platform investasi	0,290	0,2039	Valid
		Mengevaluasi keuntungan	0,234	0,2039	Valid
		Mengalami kerugian	0,270	0,2039	Valid
		Risiko peretasan <i>e-wallet</i>	0,228	0,2039	Valid
3	Kepercayaan	Platform yang aman dan terlindungi	0,350	0,2039	Valid
		Teknologi blockchain	0,390	0,2039	Valid
		Kredibilitas penyedia platform	0,377	0,2039	Valid
		Platform berinvestasi transparan	0,371	0,2039	Valid
		Perlindungan hukum investasi	0,383	0,2039	Valid
4	Minat Investasi <i>Cryptocurrency</i>	Tertarik berinvestasi <i>cryptocurrency</i>	0,417	0,2039	Valid
		<i>Cryptocurrency</i> investasi menjanjikan	0,321	0,2039	Valid
		Terpengaruh orang berhasil investasi	0,321	0,2039	Valid
		Terpengaruh media sosial / <i>influencer</i>	0,258	0,2039	Valid
		Bersedia risiko kehilangan modal	0,204	0,2039	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada Tabel 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi, Kepercayaan, dan Minat Investasi *Cryptocurrency* mempunyai nilai r hitung > r tabel (0,2039). Oleh karena itu, seluruh pernyataan dalam instrumen penelitian ini dapat disimpulkan valid dan layak digunakan.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	r tabel	Status
1	Literasi Keuangan	0,719	0,70	Reliabel
2	Pengalaman Investasi	0,733	0,70	Reliabel
3	Kepercayaan	0,740	0,70	Reliabel

4	Minat Investasi <i>Cryptocurrency</i>	0,788	0.70	Reliabel
---	---------------------------------------	-------	------	----------

Selanjutnya, hasil uji reliabilitas nilai Cronbach's Alpha pada Tabel 3, menunjukkan untuk variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar 0,719, Pengalaman Investasi (X2) sebesar 0,733, Kepercayaan (X3) sebesar 0,740, dan Minat Investasi *Cryptocurrency* (Y) sebesar 0,788. Semua variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari minimum 0,70, sehingga disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan karenanya dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Uji Asumsi Klasik

No	Normalitas	Test Statistic	Asymp. Sig.	Keterangan
1	Normalitas	0,102	0,265	Bersistribusi normal
2	Multikolinearitas	Tolerance	VIF	Tidak terjadi Multikolinearitas
	Literasi Keuangan	0,983	1,017	
	Pengalaman Investasi	0,890	1,123	
	Kepercayaan	0,878	1,139	
3	Heteroskedastisitas		Sig.	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
	Literasi Keuangan		0,599	
	Pengalaman Investasi		0,052	

Uji Regresi Linier Berganda

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi, dan Kepercayaan terhadap Minat Investasi *Cryptocurrency* di Kota Kudus. Hasil pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda yang disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien	Std. Error	t hitung	Sig.	Keterangan
1	Konstanta	13,040	2,365	5,514	0,000	
	Literasi Keuangan	0,305	0,104	2,933	0,004	Signifikan
	Pengalaman Investasi	-0,246	0,107	-2,307	0,023	Signifikan
	Kepercayaan	0,196	0,108	1,813	0,073	Tidak signifikan
2	F hitung	5,349				
	Sig F hitung	0,002				
	R Adjusted square	0,124				

Secara parsial, variabel Literasi Keuangan memiliki koefisien 0,305, nilai signifikansi 0,004, yang kurang dari 0,05, artinya literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Di sisi lain, variabel Pengalaman Investasi memiliki koefisien -0,246, nilai signifikansi 0,023, yang kurang dari 0,05, artinya pengalaman investasi memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Namun, untuk variabel Kepercayaan, memiliki koefisien 0,196, nilai signifikansi 0,073, yang lebih besar dari 0,05 tetapi kurang dari 0,10, artinya kepercayaan tidak secara signifikan memengaruhi minat investasi *cryptocurrency*, sehingga disimpulkan bahwa kepercayaan tidak secara signifikan memengaruhi minat investasi *cryptocurrency*. Hasil uji simultan memiliki nilai F sebesar 0,002, yang kurang dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi,

dan Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel Minat Investasi *Cryptocurrency*. Oleh karena itu, hipotesis bahwa variabel independen Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi, dan Kepercayaan mempengaruhi variabel dependen minat investasi secara simultan dapat diterima. Selain itu, nilai Adjusted R Square, yaitu 0,124, menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi, dan Kepercayaan menjelaskan 12,4% variasi variabel dependen minat investasi. Persentase sisanya sebesar 87,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam model penelitian. Secara metodologis, nilai koefisien determinasi yang relatif rendah sering ditemukan dalam penelitian yang mengkaji perilaku manusia. Hal ini disebabkan fakta bahwa banyak faktor psikologis, sosial, dan situasional yang kompleks dan sulit diukur secara menyeluruh dalam satu model penelitian, yang menyebabkan keputusan individu dipengaruhi (Hair et al., 2019).

Pembahasan

Literasi Keuangan dan Minat Investasi *Cryptocurrency*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang mempengaruhi minat investasi *cryptocurrency*. Hal ini menunjukkan pemahaman mengenai konsep keuangan, risiko, manfaat, dapat meningkatkan kecenderungan Generasi Z untuk berinvestasi. Literasi keuangan yang merupakan kemampuan kognitif yang membentuk sikap dan keyakinan seseorang terhadap investasi karena memungkinkan mereka melihat potensi keuntungan dan risiko investasi dengan cara yang lebih rasional. Temuan ini sejalan dengan (Arriqoh & Zoraya, 2024; Mu'afi et al., 2024); (Nag & Shah, 2022) yang menegaskan bahwa literasi keuangan menjadi fondasi penting dan semakin baik literasi keuangan akan memengaruhi keyakinan dan kesiapan Generasi Z dalam menghadapi risiko investasi *cryptocurrency*. Meski demikian, minat investasi *cryptocurrency* Generasi Z masih lebih dipengaruhi dinamika dan peluang digital dibanding pertimbangan rasional finansial, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk melihat apakah minat tersebut benar-benar terealisasi dalam tindakan investasi nyata.

Pengalaman Investasi dan Minat Investasi *Cryptocurrency*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman investasi merupakan berpengaruh signifikan bagi minat investasi *cryptocurrency* dengan arah negatif. Pengalaman investasi dapat meningkatkan kepercayaan investor pemula dalam mengambil keputusan investasi, namun dalam beberapa kasus, pengalaman investasi juga dapat menimbulkan sikap kehati-hatian jika seseorang telah mengalami kerugian dalam investasi sebelumnya. Investor yang memiliki persepsi risiko yang terlalu tinggi pada investasi *cryptocurrency*, maka minat investasi cenderung menurun. Sebaliknya, jika orang melihat risiko sebagai peluang untuk memperoleh keuntungan yang tinggi, minat mereka untuk berinvestasi dapat meningkat. Hal ini sejalan dengan (Fadhiil & Fariska, 2020) yang menyatakan bahwa pengalaman investasi memengaruhi cara individu memahami risiko dan mengambil keputusan di masa depan. Sebagian besar responden memiliki pengalaman investasi pada kategori rendah hingga sedang, sehingga belum banyak yang menghadapi risiko ekstrem seperti volatilitas tinggi atau ancaman keamanan digital. (Kurnijanto et al., 2025) juga menegaskan bahwa pengalaman Generasi Z berkaitan dengan pembentukan bias perilaku, khususnya persepsi risiko. Hasil ini konsisten dengan (Patil & Gokhale, 2023; Dugar & Madhavan, 2023), yang menemukan bahwa memiliki pengalaman sebelumnya dengan aset berisiko tinggi memengaruhi individu untuk memiliki pola pikir yang lebih defensif dan niat investasi selanjutnya yang lebih rendah.

Kepercayaan dan Minat Investasi *Cryptocurrency*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat investasi *cryptocurrency* Generasi Z tidak dipengaruhi oleh kepercayaan, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil analisis. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan pada keamanan instrumen, transparansi platform, atau integritas penyedia layanan belum menjadi faktor kritis. Hasil ini sejalan dengan (Kresnawati et al., 2024) yang menyatakan bahwa perilaku Generasi Z lebih dipengaruhi faktor psikologis seperti *herding* dan *overconfidence* dibandingkan kepercayaan terhadap sistem investasi. (Suci Martaningrat & Kurniawan, 2024) menemukan bahwa *influencer*, media sosial, dan fenomena FOMO (*fear of missing out*) lebih dominan memengaruhi minat investasi *cryptocurrency* Generasi Z cenderung didorong faktor eksternal dan impulsif, sehingga kepercayaan bukan determinan utama, selaras dengan temuan penelitian sebelumnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, yaitu hanya memasukkan tiga variable independen literasi keuangan, pengalaman investasi dan kepercayaan yang mempengaruhi minat investasi *cryptocurrency*. Selain itu penelitian ini menggunakan data survei dengan pendekatan *cross sectional*, di masa mendatang disarankan untuk menggunakan pendekatan *longitudinal* untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika perilaku investasi. Karena minat investasi pada aset digital seperti *cryptocurrency* cenderung berfluktuasi dan dipengaruhi oleh perubahan kondisi pasar dan sentimen investor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency* Generasi Z. Selain itu, pengalaman investasi memiliki dampak negatif yang signifikan, menunjukkan bahwa baik keberhasilan maupun kegagalan dapat memengaruhi persepsi risiko dan niat individu. Sementara itu, kepercayaan tidak terbukti berpengaruh signifikan, menunjukkan bahwa minat investasi Generasi Z lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengalaman pribadi, perilaku sosial, dan pemahaman keuangan.

Penelitian ini hanya berfokus pada Generasi Z di wilayah tertentu saja, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan sampel generasi muda daerah lain dengan kelompok usia berbeda yang kemungkinan dipengaruhi kondisi sosial ekonomi dan tingkat akses teknologi yang tidak sama. Selain itu dapat menambah lebih banyak variabel, seperti pengaruh finansial, motivasi, risiko, dan faktor psikologis, untuk membuat model lebih komprehensif. Metode pengumpulan data juga dapat dikembangkan melalui kombinasi kuesioner dan wawancara mendalam. Bagi lembaga keuangan, hasil ini dapat menjadi dasar penyusunan edukasi keuangan yang lebih relevan bagi Generasi Z. Sementara itu, Generasi Z diharapkan terus meningkatkan literasi keuangan dan mengelola pengalaman secara bijak.

DAFTAR REFERENSI

- Almajali, D. A., Masa'Deh, R., & Dahalin, Z. M. d. (2022). Factors influencing the adoption of Cryptocurrency in Jordan: An application of the extended TRA model. *Cogent Social Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2103901>
- Arriqoh, D., & Zoraya, I. (2024). The effect of financial literacy on Gen-Z crypto investment decision through herding behavior as mediator. *Manajemen Dan Bisnis*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.24123/mabis.v23i1.737>

- 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>
- Fadhiil, I., & Fariska, P. (2020). Generation Z investment decision: an analysis using behavioural factors. *Managerial Finance*, 5(2), 886–899.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Irfan Mu'afi, M., Aghni Amalia, P., & Amalia, T. (2024). Memahami Perilaku Investasi Generasi Z: Peran Literasi Keuangan. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 1–9.
- Kresnawati, E., Sofia, L., & Utami, E. R. (2024). Herding behavior, information type, and overconfidence bias: an experimental study on novice investors' investment decisions. *Journal of Accounting and Investment*, 25(1), 369–386. <https://doi.org/10.18196/jai.v25i1.14823>
- Kurniadi, A. C., & Herdinata, C. (2024). Factors Affecting Investment Decisions On Millennials And Gen Z. 28(03), 477–494.
- Kurnijanto, A. W., Sumbodo, K. V., Wijaya, L. I., & Sutejo, B. S. (2025). The Influence of Behavioral Bias on Investment Decision with Risk Perception as a Mediating Variable : A Study on Generation Z at the Indonesia Stock Exchange. 5(6), 5741–5752.
- Maharani, A., & Farhan Saputra. (2021). Relationship of Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 2(1), 23–32. <https://doi.org/10.38035/jlph.v2i1.84>
- Mazzatto, M., Sukki, A. •, Editorial, Y., & Horan, J. (2022). Financial Literacy and Investing Habits of Generation Z as it Pertains to Financial Marketing. April.
- Nag, A. K., & Shah, J. (2022). An Empirical Study on the Impact of Gen Z Investors' Financial Literacy to Invest in the Indian Stock Market. *Indian Journal of Finance*, 16(10), 43–59. <https://doi.org/10.17010/ijf/2022/v16i10/172387>
- Novia, S., Indriani, E., & Hudaya, R. (2023). Determinan Minat Investasi Generasi Z. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 3(1), 103–115. <https://doi.org/10.29303/risma.v3i1.383>
- Patil, Y., & Gokhale, R. (2023). Investing in the Age of Millennials and Gen-Z: A Comparative Analysis. *NLDIMSR Innovision Journal of Management Research*, 15–28. <https://doi.org/10.31794/nldimsr.6.2.2022.15-28>
- Rona, I. W., Sinarwati, N. K., & Suci, N. M. (2023). Determinan Minat Investasi Saham Pada Mahasiswa. *Studi Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.21632/saki.6.1.15-37>
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Suhendar, D., & Fahamsyah, M. H. (2024). The effect of financial literacy, income, and financial behaviour on Gen-Z investment decisions in Bekasi Regency. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 655–664. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i2.782>
- Suci Martaningrat, N. W., & Kurniawan, Y. (2024). The Impact of Financial Influencers, Social Influencers, and FOMO Economy on the Decision-Making of Investment on Millennial Generation and Gen Z of Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(3), 1319–1335. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i3.3604>