

**ANALISIS PENGARUH FENOMENA *FLEXING* DAN FOMO  
TERHADAP SIKAP INVESTASI MASYARAKAT DENGAN  
ASPEK *PRUDENTIAL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi pada Generasi Z di Kota Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**ASTI ROHANA  
NIM. 2017202145**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN  
ZUHRI PURWOKERTO  
2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Asti Rohana  
NIM : **2017202145**  
Jejang : S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Fenomena Flexing Dan Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Generasi Z Di Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 10 Januari 2025

Saya yang menyatakan,



Asti Rohana  
2017202145



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PENGARUH FENOMENA FLEXING DAN FOMO TERHADAP  
SIKAP INVESTASI MASYARAKAT DENGAN ASPEK PRUDENTIAL  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA  
PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Asti Rohana NIM 2017202145** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 16 April 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Mahardhika Cipta Ratuja, S.E., M.Si.  
NIDN. 2010028901

Sekretaris Sidang/Penguji

Muhammad Wildan, S.E.Sy., M.Sy.  
NIDN. 2021088901

Pembimbing/Penguji

Akhris Fuadatis Sholikhah, S.E., M.Si.  
NIP. 19930309 202321 2 043

Purwokerto, 21 April 2025

Mengesahkan  
Dekan.

Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di-  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Asti Rohana NIM 2017202145 yang berjudul:

**Analisis Pengaruh Fenomena Flexing Dan Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Generasi Z Di Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Purwokerto, 10 Januari 2025

Pembimbing,



Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.  
19830510 202321 2 033

**MOTTO**

**“Sedikit Bermimpi, Lebih Banyak Melakukan”**



**ANALISIS PENGARUH FENOMENA FLEXING DAN FOMO  
TERHADAP SIKAP INVESTASI MASYARAKAT DENGAN ASPEK  
PRUDENTIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi Kasus Generasi Z Di Purwokerto)**

**ASTI ROHANA**  
**2017202145**

Email : [astirohana@gmail.com](mailto:astirohana@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Di era sekarang banyak muncul vlogger, influencer, youtubers dan tiktokers yang menayangkan aksi pamer di media sosial masing-masing yang biasa disebut dengan flexing. Dari flexing tersebut menyebabkan fomo bagi para investor yang ingin mendapatkan keuntungan yang sama yang dirasakan oleh para endorser yang flexing. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk melihat pengaruh fenomena flexing dan fomo terhadap sikap investasi masyarakat dengan dimoderasi oleh aspek prudential.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel 396 responden generasi z di kota Purwokerto dengan menggunakan perhitungan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda dan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk melihat pengaruh variabel moderasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer berupa pengumpulan data yang diperoleh melalui kuisisioner dan wawancara.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan oleh peneliti, memperoleh kesimpulan pada hipotesis pertama dan kedua bahwa fenomena flexing dan fomo mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap investasi, kemudian hasil uji t pada hipotesis ketiga dan keempat bahwa variabel flexing dan fomo tidak berpengaruh terhadap sikap investasi dengan aspek prudential sebagai variabel moderasi. Dengan demikian, aspek prudential tidak mampu memoderasi pengaruh variabel fenomena flexing dan fomo.

Kata Kunci : Aspek Prudential, Flexing, Fomo, Sikap Investasi

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FLEXING AND FOMO  
PHENOMENA ON PEOPLE'S INVESTMENT ATTITUDES WITH  
PRUDENTIAL ASPECTS AS MODERATING VARIABLES  
(Case Study Of Generation Z In Purwokerto)**

**ASTI ROHANA**  
**2017202145**

Email : [astirohana@gmail.com](mailto:astirohana@gmail.com)

Study Program of Islamic Banking Islamic Economic and Business Faculty  
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

***ABSTRACT***

*In the current era, there are many vloggers, influencers, youtubers and tiktokers who show off on their respective social media, commonly referred to as flexing. Flexing is used as an investment promotion tool to benefit from the losses of customers who use it. From flexing, it causes fomo for investors who want to get the same benefits felt by endorsers who flex. This study has a goal, namely to see the effect of the flexing phenomenon and on public investment attitudes moderated by prudential aspects.*

*The method used in this research uses quantitative research methods, with a sample size of 396 generation z respondents in Purwokerto City using the slovin formula calculation. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) test to see the effect of moderating variables. The data source used in this research is primary data in the form of data collection obtained through questionnaires and interviews.*

*Based on the results of the t test conducted by researchers, obtained conclusions on the first and second hypotheses that the phenomenon of flexing and fomo has a significant effect on investment attitudes, then the results of the t test on the third and fourth hypotheses that the flexing and fomo variables have no effect on investment attitudes with prudential aspects as moderating variables. Thus, the prudential aspect is not able to moderate the influence of the flexing and fomo phenomenon variables.*

***eyword*** : Prudential Aspects, Flexing, Fomo, Investment Attitude

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai pada penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1978 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	As	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Rr
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan garis di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan garis di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el

م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. **Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap**

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. **Ta' marbutah di akhir kata bila mati dimatikan ditulis h**

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan rakaat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لغير	Ditulis	Zakat al-fitr
-----------	---------	---------------

4. **Vocal Pendek**

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u

5. **Vocal Panjang**

1.	Fathah + alif	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya'mati	Ditulis	a
	تانس	Ditulis	tansâ
3.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	i

	كريم	Ditulis	karīm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furūd

## 6. Vocal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawumati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

## 7. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

## 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila diikuti huruf syamsiyah diikuti dengan menggunakan harus syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l (el)*-nya

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوئ الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, selesai sudah tanggung jawab saya dalam penyelesaian tugas akhir skripsi. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada nabiullah nabi agung Muhammad *Shalallaahu Alaihi Wassalaam*, para sahabat dan tabi'in yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi seluruh umat dan semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan semoga mendapatkan syafa'atnya di hari penantian.

Dengan mengangkat penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Fenomena Flexing dan Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Generasi Z di Kota Purwokerto)” saya sadar betul dengan segala keterbatasan pengetahuan kiranya skripsi ini jauh dari kesempurnaan sehingga tanpa bantuan, arahan, serta dukungan penuh dari berbagai pihak maka akan sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kebesaran hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag. Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhani Chakim, M.M. Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. H. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si. Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M. S.i. selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, motivasi, dan pengetahuan serta kesabarannya sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
11. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
13. Kedua orangtua tercinta dan ketiga adik saya tercinta terimakasih selalu mendukung dan memberikan semangat dalam keadaan apapun. Terimakasih ayah ibu atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik kepada saya, mengusahakan segala kebutuhan, mendidik, membimbing, dan selalu memberikan kasih sayang yang tulus, motivasi, serta dukungan dan mendoakan saya dalam keadaan apapun agar mampu bertahan untuk melangkah tapak demi setapak dalam meraih mimpi di masa depan. Terimakasih untuk selalu berada di sisi saya dan menjadi alasan bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini hingga memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Ayah, ibu, putri kecilmu sudah dewasa dan siap melanjutkan mimpi yang lebih tinggi lagi. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya. Iloveyou more more.
14. Sahabat saya, teman satu dosen pembimbing saya, teman seorganisasi saya, teman-teman online saya yang sudah banyak memberikan bantuan, arahan, kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Teman-teman kelas Perbankan Syariah C angkatan 2020 atas cerita dan kebersamaannya selama ini, yang selalu memberikan bantuan, semangat dan motivasinya.
16. Hana, ya! diri saya sendiri, Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan pantang menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibbilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.
17. Sebagai penutup. Saya ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa

saya sebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam penyelesaian skripsi. Dalam perjalanan panjang menyelesaikan skripsi ini, saya tidak berjalan sendiri, ada banyak orang yang memberikan cinta, dukungan, dan bantuan. Semoga segala kebaikan kalian semua dibalaskan yang lebih.

Akhirnya peneliti mengucapkan syukur yang tiada terhingga kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, atas segala campur tangan-Nya, selesai sudah penulisan skripsi ini. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat terbuka lebar, karena sangat disadari skripsi ini masih terdapat banyak salah dan kurang. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti dan sesiapa yang membutuhkan. Aamiin.

Purwokerto, 10 Januari 2025



Asti Rohana  
NIM. 2017202145



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	10
1. Sikap Investasi .....	14
2. Flexing .....	16
3. Fomo .....	20
4. Aspek Prudential .....	21
B. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	28
D. Hipotesis Penelitian.....	29

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
C. Sumber Data.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Skala Pengukuran .....	36
F. Populasi dan Sampel .....	36
G. Definisi Operasional Variabel.....	38
H. Teknik Analisis Data.....	41

### **BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Generasi Z Purwokerto.....	45
B. Uji Instrumen .....	46
1. Uji Validitas .....	46
2. Uji Reliabilitas .....	47
3. Uji Asumsi Klasik.....	48
4. Uji Hipotesis .....	50
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
6. Analisis MRA.....	53
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	54

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	62
B. Saran.....	63

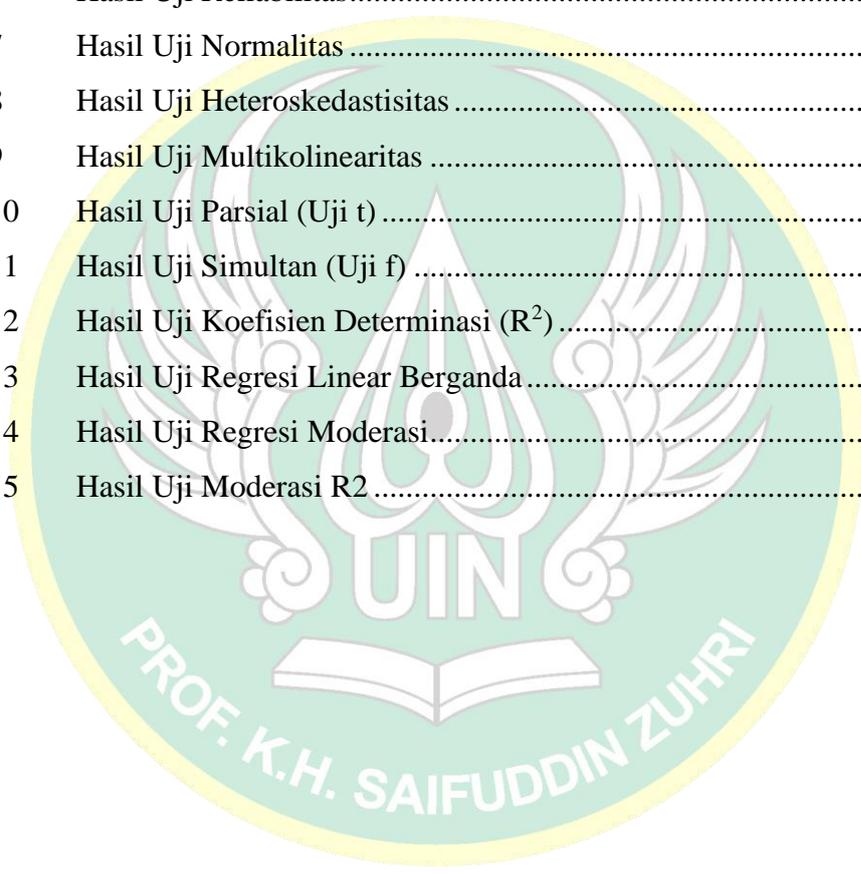
### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	24
Tabel 2	Data Jumlah Gen Z Purwokerto.....	35
Tabel 3	Definisi Operasional Variabel .....	38
Tabel 4	Deskripsi Objek Penelitian .....	44
Tabel 5	Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel 6	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 7	Hasil Uji Normalitas .....	47
Tabel 8	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	48
Tabel 9	Hasil Uji Multikolinearitas .....	48
Tabel 10	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	49
Tabel 11	Hasil Uji Simultan (Uji f) .....	50
Tabel 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	50
Tabel 13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 14	Hasil Uji Regresi Moderasi.....	52
Tabel 15	Hasil Uji Moderasi R2 .....	53



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Jumlah Investor Pasar Modal.....	3
Gambar 2	Kerangka Pemikiran Penelitian .....	28



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Parsial (Uji t)
- Lampiran 9 Hasil Uji Simultan (Uji f)
- Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
- Lampiran 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Moderasi
- Lampiran 13 Hasil Uji Moderasi  $R^2$



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, berinvestasi menjadi aktivitas yang populer di kalangan masyarakat umum. Berbagai instrumen investasi tersedia dan dapat diakses oleh berbagai kelompok, termasuk generasi muda. Meskipun demikian, banyak orang memandang investasi sebagai sesuatu yang berisiko dan membutuhkan modal yang besar. Namun, sebenarnya, investasi dapat dilakukan dengan jumlah dana yang bervariasi (Murjana & Sinarwati, 2022).

Kemajuan teknologi dan informasi, seperti internet, telah mengubah dunia, terutama dalam hal komunikasi tanpa batas. Ini berarti bahwa jarak tidak lagi menjadi halangan untuk mengakses informasi dan berkomunikasi. Perubahan ini mempermudah generasi sekarang terjebak dalam gaya hidup mewah yang dipengaruhi oleh ketidaksungguhan mereka dalam berbisnis. Mereka sering tertarik pada hal-hal yang praktis dan mudah digunakan, oleh karena itu mereka sering berinvestasi dalam aset digital yang dapat mereka akses melalui telepon. Akibatnya, mereka sering tertarik pada investasi dengan imbal hasil kecil. Meskipun mereka menyadari risiko dalam menciptakan aset jangka panjang, generasi sekarang lebih cenderung memilih investasi dengan risiko tinggi dan imbal hasil tinggi, meskipun itu tidak selalu berarti risiko yang diambil juga tinggi (Rusdianti, 2024).

*Behavioral Finance Theory* menjelaskan bagaimana perilaku investor dalam mengambil keputusan investasi. Menurut (Muhammad, 2009), *behavioral finance* adalah ilmu yang mempelajari tentang pasar keuangan yang mengacu pada faktor psikologi investor. *Behavioral finance* mulai dikenal dikalangan akademisi setelah Solvic (1969 dan 1972) mengemukakan aspek psikologi pada investasi dan stockbroker (Manurung, 2012). Teori ini menunjukkan bagaimana faktor psikologi

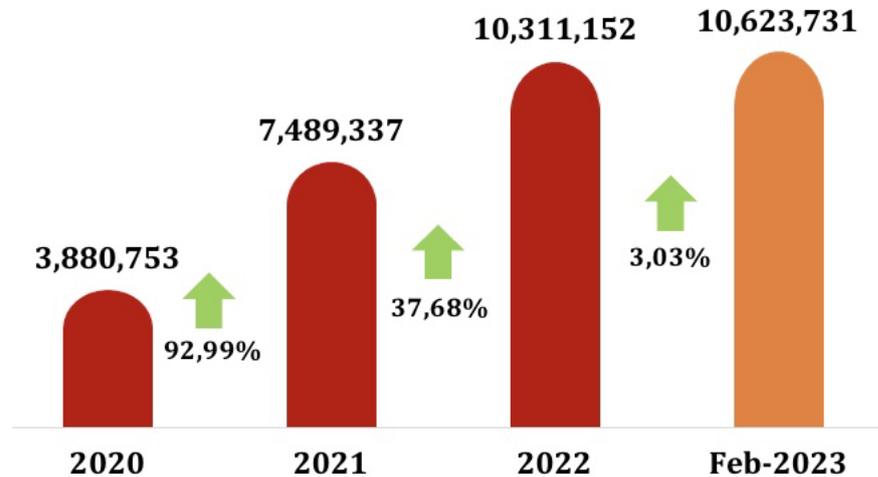
dapat mempengaruhi perilaku rasional investor dalam membuat keputusan investasi.

Gen Z adalah sekelompok calon investor yang masih tidak stabil secara finansial, karena mayoritas individu Gen Z belum dapat menghasilkan penghasilan sendiri. Faktor modal investasi yang minim yang dibutuhkan untuk mulai berinvestasi di pasar saham tentu menjadi pertimbangan penting bagi Gen Z. Persyaratan investasi minimum juga memengaruhi investasi pasar dengan memperkirakan uang, ketersediaannya, manfaat, risiko, dan ekspektasi (Pasek, 2022).

Saat ini, hampir seluruh individu memiliki ponsel pintar dan aktif di media sosial. Berdasarkan data dari BPS, Gen z mencakup mereka yang lahir antara tahun 1997 sampai dengan 2012, dengan jumlah total sekitar 700 juta orang di Indonesia. Perubahan ini berpotensi memengaruhi cara komunikasi dalam konteks digital saat ini. Perkembangan digital di Indonesia menunjukkan kemajuan signifikan, dengan indeks literasi digital mencapai 3,49 pada skala 1-5 pada tahun 2021, meningkat dari 3,46 pada tahun sebelumnya. Data dari BPS juga menunjukkan bahwa populasi Generasi Z dan Generasi Milenial di Indonesia adalah yang terbesar, masing-masing sebesar 27,94 persen dan 25,87 persen. Sementara Generasi Milenial dikenal dengan sikap idealis, Generasi Z cenderung lebih pragmatis dan memiliki potensi inovasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan Generasi Milenial (Lubis, 2023).

Peningkatan aktivitas investasi terjadi dari tahun 2020 hingga februari 2023. Meningkatnya jumlah investor dapat mengindikasikan bahwa masyarakat akan semakin membutuhkan investasi untuk kebutuhan finansial generasi mendatang. Hal ini dapat dilihat dari data PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (Ika Novita Yulianti & Nani Hartati, 2023).

**Grafik 1.1 Jumlah Investor Pasar Modal**



Sumber : PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia.

Jumlah investor di pasar modal mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2020, tercatat sebanyak 3.880.753 investor. Jumlah ini meningkat sebesar 92,99% pada tahun 2021 menjadi 7.489.337 investor. Pada tahun 2022, angka tersebut kembali meningkat sebesar 37,68% menjadi 10.311.152 investor, dan hingga Februari 2023, tercatat peningkatan sebesar 4,03% dengan total investor mencapai 10.623.731.

Banyak influencer, vlogger, Tiktokers, Youtubers, dan pengguna media sosial lainnya yang mendukung postingan "*Flexing*". Banyak warganet yang mengatakan flexing sering dilakukan oleh para tajir melintir yang ingin terlihat di depan umum. Saat ini, ada tren di internet di mana pamer digunakan sebagai cara bagi orang-orang yang tidak yakin dengan apa yang mereka lakukan untuk dibelanjakan. Pada titik ini, pamer digunakan sebagai cara untuk membuat kesepakatan oleh berbagai kelompok orang yang ingin menghasilkan banyak uang. Contoh kasusnya adalah penangkapan Indra Kenz oleh Bareskrim Polri pada malam hari tanggal 20 Februari 2022. Tindakan ini dilakukan setelah keputusan investasi tersebut dipublikasikan di sejumlah platform media sosial. Selain

itu, ada satu orang lagi yang mengaku terlibat dalam kasus yang sama. Sebagai pimpinan Binomo, Indra Kesuma (yang juga dikenal dengan nama Indra Kenz) memiliki 1,6 juta pengikut di Instagram dan 1,3 juta pelanggan di YouTube. Selanjutnya, jumlah korban akan meningkat dalam kasus-kasus berikutnya. Tidak ada yang bisa memprediksi apakah anggota kumpulan investasi akan mendapatkan dividen (Sari, 2019).

*Flexing* adalah sebuah ungkapan dalam bahasa Amerika yang berarti "pamer kekayaan". Pada saat ini, banyak orang yang terlibat dalam *personal branding* (promosi diri) melalui kemewahan mereka. Pernyataan ini mengacu pada strategi yang berhasil untuk memengaruhi opini publik untuk menyeimbangkan kepentingan dan hak-hak pribadi. di mana orang berbagi foto atau video barang berharga mereka, seperti jam tangan mahal, ponsel pintar canggih, atau perhiasan mahal. Praktik ini, yang sering dikenal "pamer" juga dapat menyebabkan orang lain merasa iri atau cemburu, dan juga dapat menyebabkan diri sendiri merasa sombong (Murjana & Sinarwati, 2022).

Persada dan Widodo (2020) mengemukakan bahwa ketakutan terhadap penyebaran Covid-19 pada awal pandemi memicu sentimen negatif di kalangan investor, yang mengakibatkan kekhawatiran dalam mengambil keputusan investasi. Selama puncak fenomena ini, investor cenderung mengikuti tindakan investor lain. Fenomena ini, di mana individu melakukan sesuatu hanya karena orang lain juga melakukannya, dikenal sebagai efek bandwagon atau dalam istilah lain, *Fear of Missing Out* (Fomo).

Teori fomo sebagai karakteristik psikologis suatu kelompok. Gejala psikologis seperti ketakutan, kecemasan, kegelisahan, dan rasa tidak aman kurang dari ketinggalan berita atau informasi terbaru di internet dalam mengalami fenomena Fomo. Fomo (*Fear of Missing Out*) adalah salah satu faktor psikologis yang mendorong perilaku mengikuti orang lain (*herding behavior*). Fenomena ini mengacu pada kecenderungan manusia

untuk tidak yakin dengan keinginannya sendiri dan lebih bergantung pada keputusan orang lain. Individu sering kali cenderung meniru keinginan orang lain karena merasa bahwa keinginan tersebut lebih valid (Comte, 2021). Perilaku mengikuti orang lain ini ditunjukkan melalui tindakan yang cenderung mengikuti keputusan investasi kelompok atau individu yang dianggap lebih kompeten, berdasarkan informasi yang diterima (Sihotang & Pertiwi, 2021).

Melihat berbagai kasus yang telah terjadi, penting bagi masyarakat untuk waspada terhadap investasi yang berpotensi merugikan individu. Oleh karena itu, kehati-hatian menjadi aspek yang sangat penting agar masyarakat terhindar dari risiko investasi tersebut. Prinsip kehati-hatian adalah pedoman yang berguna dalam mengelola bank agar mematuhi peraturan-peraturan dengan cara yang sehat, kuat, dan efektif (Wijaya, 2023). Menurut *Black* (2020), istilah "*prudential*" merujuk pada tindakan yang bijaksana dalam menyesuaikan sumber daya dengan tujuan, serta hati-hati dalam membuat keputusan. Secara substansial, sikap ini melibatkan pendekatan yang rasional, hati-hati, dan praktis, dan sering kali dianggap identik dengan kehati-hatian dalam menghindari kelalaian.

Purwokerto merupakan kota dengan sektor jasa keuangan yang stabil dan terus berkembang. Hal ini dibuktikan dengan beberapa indikator keuangan yang menunjukkan tren positif. Terutama pada sektor perbankan, mengingat kondisi perekonomian saat ini dan pasar mata uang global yang sangat fluktuatif (OJK Purwokerto, 2023).

OJK Purwokerto mengatakan pada Januari 2024, Jumlah investor di Kawasan Ekonomi Purwokerto mengalami peningkatan tahunan sekitar 10,07 persen, dari 182.507 menjadi 219.144. Generasi Z merupakan tipe investor yang dominan di seluruh lapangan pekerjaan di lingkungan Otoritas Jasa Keuangan Purwokerto. Namun, kemungkinan pertumbuhan investor di Purwokerto masih belum dapat dipastikan, karena jumlah usaha produktif di provinsi ini diperkirakan sebanyak 1.225.244 (BPS Kabupaten

Banyumas, 2020).

Penelitian oleh Listiyani dkk. (2019) menemukan bahwa modal awal berpengaruh positif terhadap minat investasi. Sebaliknya, penelitian Klaudia dkk. (2018) menunjukkan bahwa modal awal tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi. Aditya (2023) menemukan bahwa flexing memiliki dampak signifikan terhadap sikap investasi, di mana endorser dengan tingkat daya tarik dan kredibilitas yang tinggi mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap flexing investasi yang dilakukan. Penelitian terbaru oleh Ketut Putu Oki Murjana dan Ni Kadek Sinarwati (2022) menunjukkan bahwa mahasiswa menilai efek flexing sebagai faktor yang cukup besar dan konsisten dengan ekspektasi mereka, sehingga persepsi mahasiswa terhadap flexing memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel independen baru, yaitu fenomena fomo. Penambahan ini didasarkan pada kenyataan bahwa banyak mahasiswa, terutama yang memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan Islam atau yang mendapatkan fasilitas dari lembaga keuangan Islam di Purwokerto, merasa khawatir akan ketinggalan tren investasi.

Generasi z saat ini sangat membutuhkan aspek *prudential* agar mendapatkan hasil investasi yang optimal agar tidak terjerumus pada flexing yang sedang terjadi saat ini. Dari penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “Pengaruh Fenomena Flexing Dan Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Generasi Z di Kota Purwokerto).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah Fenomena *Flexing* Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Generasi Z di Kota Purwokerto?

2. Apakah Fenomena Fomo Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Generasi Z di Kota Purwokerto?
3. Apakah Fenomena *Flexing* Berpengaruh Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi?
4. Apakah Fenomena Fomo Berpengaruh Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Menganalisis Pengaruh Langsung Fenomena *Flexing* Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Generasi Z Di Purwokerto.
- b. Untuk menganalisis Pengaruh Langsung *Fomo* Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Generasi Z Di Purwokerto.
- c. Untuk Menganalisis Fenomena *Flexing* Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi
- d. Untuk Menganalisis Fenomena Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi

#### 2. Manfaat Penelitian

##### a. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa studi ini akan memberikan wawasan berharga bagi para pembaca tentang cara menghindari melakukan investasi yang terpengaruh secara negatif oleh fenomena flexing dan fomo.

##### b. Manfaat Praktis

###### 1) Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tinjauan pustaka yang menyeluruh mengenai topik-topik berikut: sikap investasi mahasiswa, fomo, tinjauan pustaka mengenai aspek kehati-hatian, dan variabel-variabel terkait dengan *Flexing*.

###### 2) Bagi Peneliti yang akan datang

Dengan menggunakan aspek kehati-hatian sebagai variabel moderasi, diharapkan penelitian ini mampu membantu

proses pemahaman dampak fenomena *flexing* dan fomo terhadap sikap investasi masyarakat.

3) Bagi Masyarakat

Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan meningkatkan kesadaran publik mengenai dampak *flexing* dan fomo sebagai variabel moderat pada tingkat investasi masyarakat dengan menggunakan Prudential sebagai prinsip panduan.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Dalam penyusunan penelitian ini, disajikan sistematika yang menggambarkan secara keseluruhan isi penulisan, dengan uraian singkat sebagai berikut:

##### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas topik-topik berikut: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, kajian pustaka, dan sistematisasi penulisan.

##### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Kerangka teori ini merupakan kerangka acuan yang akan dijadikan dasar penelitian yang akan dilakukan, dan akan dijadikan landasan penelitian jika penelitian tersebut dilakukan. Kerangka teori disajikan sebagai acuan yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang.

##### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan metodologi penelitian, termasuk jenis penelitian yang dilakukan, lokasi dan waktu penelitian, ringkasan data yang digunakan, Teknik pengumpulan dan analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

##### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menyajikan hasil penelitian serta analisis data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh penulis.

## **BAB V : PENUTUP**

Ini merupakan simpulan dari proses penelitian yang didasarkan pada hasil penelitian dan hasil skripsi yang telah diselesaikan peneliti sebelumnya.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Pustaka

#### 1. Kajian Teori

##### a. Keuangan Keperilakuan (*Behavioural Finance*)

Perilaku keuangan memberikan wawasan lebih dalam tentang cara berpikir investor, termasuk faktor emosional yang memengaruhi keputusan mereka. Di permukaannya, manajemen keuangan berfokus pada penjelasan mengenai apa, mengapa, dan bagaimana uang serta investasi dikelola dari perspektif individu.

Misalnya, keuangan perilaku mempelajari pasar keuangan serta memberikan penjelasan tentang berbagai anomali pasar saham, gelembung pasar spekulatif (saham ritel di Internet pada tahun 1999), dan crash (crash pada tahun 1929 dan 1987). Ada banyak perdebatan mengenai definisi dan validitas keuangan perilaku yang sebenarnya karena bidang ini masih terus berkembang dan menyempurnakan diri. Proses evolusi ini terus terjadi karena banyak ahli yang memiliki spesialisasi akademis dan profesional yang beragam dan luas (Aminatuzzahra, 2014).

##### b. *Risk Perception*

Risiko merupakan hasil yang berbeda dari apa yang diharapkan. Setiap sekuritas memberikan keuntungan yang beragam, tergantung pada tingkat risiko yang diambil oleh investor. Namun, investor dapat mengurangi risiko tersebut dengan mempertimbangkan seberapa besar pengaruh dari setiap faktor yang memengaruhi investasi (Isnaeni dan Ghoniyah, 2013).

Persepsi risiko adalah situasi yang berhubungan dengan ketidakpastian, yang pada akhirnya memunculkan pandangan negatif di benak konsumen dan dapat merugikan mereka (Wardani, 2020). Investasi selalu melibatkan dua elemen utama, yaitu hasil (*return*) dan risiko (*risk*). Kedua elemen ini memiliki hubungan

yang sejalan: semakin tinggi risiko investasi, semakin besar potensi hasil yang dapat diperoleh, dan sebaliknya (Manan, 2017: 197).

Ketika suatu peristiwa terjadi atau tidak terjadi, setiap individu dapat memberikan interpretasi yang serupa atau berbeda. Proses inilah yang membentuk persepsi. Menurut Robbins dan Judge, persepsi adalah cara seseorang mengorganisasi dan menafsirkan kesan dari inderanya untuk memahami lingkungannya. *Risk perception* atau persepsi risiko, adalah proses di mana seseorang menginterpretasikan informasi yang diterimanya terkait risiko (Stephen et al, 2008).

Persepsi risiko merujuk pada penilaian subjektif terhadap sifat dan tingkat risiko yang dihadapi oleh investor. Berdasarkan teori prospek (*prospect theory*), investor membentuk persepsi risiko aset keuangan berdasarkan tujuan dan pengalaman mereka di masa lalu. Persepsi risiko juga dipengaruhi oleh aspek sosial. Williamson dan Weyman mengungkapkan bahwa persepsi terhadap risiko terbentuk dari berbagai faktor yang berkontribusi terhadap perbedaan dalam proses pengambilan keputusan terkait kemungkinan terjadinya kerugian (Talal Alquraan et al, 2016)

Permasalahan dan kecenderungan dalam persepsi dapat memengaruhi preferensi individu terhadap risiko. Keinginan ini bisa dipengaruhi oleh ketidakpastian hasil akibat kurangnya informasi atau oleh besarnya kemungkinan kerugian maupun keuntungan yang mungkin terjadi. Persepsi risiko memiliki peran krusial dalam membentuk perilaku manusia, khususnya dalam proses pengambilan keputusan saat menghadapi kondisi yang penuh dengan ketidakpastian (Wawan Supriyana, 2024).

### c. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller, sebagaimana dikutip oleh Simanihuruk et al. (2023), perilaku konsumen mengacu pada studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi

menciptakan, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk, layanan, atau manfaat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku konsumen dapat dipahami sebagai konsep yang menyoroti proses di mana individu, kelompok, dan organisasi membentuk pandangan terkait pembelian, pemanfaatan, atau evaluasi produk, layanan, ide, atau sumber daya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Susanto et al., 2024).

#### **d. *Social Comparison* (Perbandingan Sosial)**

Dalam jurnalnya, Nurfitriyani Fakhri, Kruglanski, dan Mayseless mendefinisikan perbandingan sosial sebagai proses evaluasi komparatif terhadap stimulus sosial berdasarkan dimensi tertentu. Sementara itu, Festinger mendeskripsikan perbandingan sosial sebagai kondisi di mana individu termotivasi untuk membandingkan dirinya dengan orang lain, baik dalam konteks spesifik maupun umum, guna mengevaluasi situasi sosial yang dialaminya. Festinger menjelaskan teori perbandingan sosial untuk menggambarkan bagaimana seseorang membandingkan pandangan dan kemampuannya dengan orang lain. Individu cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain yang memiliki kesamaan, karena hal ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan evaluasi yang lebih akurat mengenai pandangan dan kemampuan yang dimilikinya (Fakhri, 2017).

Festinger berpendapat bahwa perbandingan sosial terdiri dari dua aspek, yaitu sebagai berikut:

##### **1) Kemampuan (*Ability*)**

Setiap individu cenderung berupaya untuk menyesuaikan dirinya dengan lingkungan sosialnya, Khususnya dalam aspek kemampuan, dorongan untuk berkembang sering kali membuat individu membandingkan dirinya dengan orang lain dengan tujuan mencapai tingkat keahlian yang setara. Apabila terdapat

perbedaan dalam kemampuan antara individu dan orang lain, individu akan termotivasi untuk mengembangkan kemampuannya guna mencapai kondisi di mana perbedaan tersebut menjadi lebih kecil dan tidak lagi signifikan.

## 2) Pendapat (*Opinion*)

Pendapat berfungsi sebagai acuan dalam perbandingan berdasarkan pandangan pribadi. Sering kali, individu membandingkan pendapatnya dengan pendapat orang lain. Jika pandangan seseorang mengenai penampilan menarik dan citra dirinya berbeda dengan pandangan orang lain, hal ini cenderung mendorong individu untuk mengubah pendapatnya agar lebih sejalan dengan pendapat orang lain, atau justru mempertahankan pandangannya sendiri (Dikky Wulandari, 2020).

### e. ***Impression Management* (Manajemen Kesan)**

*Impression management* atau pengelolaan kesan, yang pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman pada tahun 1959 melalui karyanya berjudul “*The Presentation of Self in Everyday Life*”, secara umum didefinisikan sebagai strategi dalam mempresentasikan diri dengan tujuan mengendalikan persepsi orang lain secara efektif. Teknik ini bertujuan untuk menonjolkan aspek-aspek tertentu yang dianggap menguntungkan, baik untuk individu maupun kelompok, guna membentuk citra yang diinginkan.

*Impression management* adalah proses yang bisa dilakukan secara sadar atau tidak sadar, di mana individu berusaha memengaruhi persepsi orang lain terhadap diri mereka, objek, atau peristiwa tertentu. Menurut Goffman pada tahun 1959, *impression management* memiliki kaitan erat dengan sebuah pertunjukan drama, di mana para pelakunya dipengaruhi oleh lingkungan dan audiens yang menjadi sasaran. Tujuan utamanya adalah untuk

memberikan kesan yang konsisten kepada audiens, yang didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai oleh pelaku tersebut (Goffman, 1959).

## 2. Sikap Investasi

### 1) Definisi Sikap Investasi

Sikap adalah hasil dari seseorang mengambil keputusan yang akan dievaluasi; bisa jadi positif atau negatif. Jika sikap yang dimasukkan dalam analisis manfaat menjadi lebih signifikan, maka keinginan investor untuk melakukan investasi juga menjadi lebih signifikan. Sikap dapat dipandang sebagai panduan yang mendorong individu untuk melakukan investasi (Pradnyawati & Sinarwati, 2022).

### 2) Tujuan Investasi

Secara sederhana, tujuan utama seseorang dalam berinvestasi adalah untuk "menghasilkan sejumlah uang" di masa depan, dan umumnya pernyataan ini diterima oleh banyak orang. Tujuan dari investasi yang lebih menyeluruh adalah untuk meningkatkan kesejahteraan investor. Dalam konteks ini, keberlanjutan dicirikan oleh keberlanjutan moneter, yang dapat diukur dengan membandingkan pendapatan saat ini dengan pendapatan masa depan yang diharapkan (Hidayati, 2017).

### 3) Jenis Investasi

Dilihat dari ruang lingkup usahanya, investasi dibagi menjadi dua jenis yaitu :

#### a) Investasi Langsung (*Investasi Rill*)

Investasi langsung merujuk pada penanaman modal dalam faktor produksi atau aset produksi guna mengoperasikan bisnis.

#### b) Investasi Tidak Langsung (*Aktiva Finansial*)

Adalah investasi dalam faktor keuangan atau aset keuangan (*Financial Assets*) untuk menjalankan bisnis.

#### 4) Proses Investasi

Pemahaman terhadap pola risiko dan hubungan antara hasil investasi yang diharapkan memiliki peranan yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan investasi. Hubungan antara risiko investasi dan pengembalian yang diantisipasi umumnya bersifat linier dan searah, yang mengindikasikan bahwa pengembalian yang diharapkan akan sebanding dengan tingkat risiko yang diambil, dan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, investor perlu mempertimbangkan tingkat risiko yang mereka ambil, selain hanya terfokus pada potensi pengembalian yang tinggi.

Menurut Husnan, seorang investor harus menjalani serangkaian proses dan tahapan untuk mencapai keputusan investasi yang optimal. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

a) Menentukan Kebijakan Berinvestasi

Kebijakan investasi mencakup tujuan investasi dan besarnya modal yang akan diinvestasikan. Tujuan investasi perlu dijelaskan secara jelas terkait dengan tingkat risiko dan pengembalian yang diharapkan. Besarnya jumlah uang yang diinvestasikan juga memengaruhi tingkat pengembalian serta risiko yang tidak terduga.

b) Analisis Sekuritas

Analisis sekuritas merupakan proses untuk mengevaluasi langkah-langkah keamanan yang diterapkan oleh perusahaan guna menilai apakah karakteristiknya stabil atau tidak.

c) Pembentukan Portofolio

Portofolio merujuk pada sekumpulan investasi yang dimiliki. Proses ini mencakup pemilihan sekuritas yang akan dimasukkan dalam portofolio serta penentuan alokasi proporsi modal yang akan diinvestasikan pada setiap sekuritas tersebut.

d) Melakukan Revisi Portofolio

Revisi portofolio mengacu pada proses peninjauan kembali portofolio yang melibatkan penambahan atau penghapusan aset yang sudah tidak relevan. Langkah ini merupakan kelanjutan atau implementasi dari tiga tahap sebelumnya.

e) Evaluasi Kinerja Portofolio

Evaluasi pada tahap ini mengacu pada proses di mana para investor membandingkan kinerja portofolio, baik dari aspek pengembalian (*return*) maupun risiko yang terkait.

### 3. *Flexing*

#### 1) Definisi *Flexing*

Dalam bahasa Inggris *flexing* memiliki arti pamer. Menurut UrbanDictionary.com, istilah *flexing* sendiri memiliki beberapa arti dalam Bahasa Indonesia, namun arti yang paling populer adalah pamer. Dalam konteks masa kini, *flexing* bisa diartikan sebagai suatu kebiasaan untuk memamerkan sesuatu di media sosial (Napitupulu SS, 2022).

Fenomena *flexing* sering dilakukan dengan cara memamerkan harta kekayaan di media sosial seperti saldo rekening dan barang-barang mewah dengan tujuan mendapatkan perhatian publik agar dianggap hebat dan merasa tinggi dan dihormati.

#### 2) Dampak *Flexing*

Dampak *flexing* ini bervariasi, baik bagi pelaku maupun bagi yang mengamatinya, tergantung pada sikap seseorang untuk mengendalikannya. Untuk pelaku *flexing*, tujuan positifnya adalah menghargai diri sendiri atas hasil yang diperoleh atau memotivasi orang lain agar setiap orang dapat mencapai hasil yang baik dengan usaha. Namun, efek negatif dari *flexing* juga dapat membahayakan pelaku, diantaranya yaitu:

- a) Gaya hidup kaum *flexer* menjadi lebih konsumtif karena mereka menjalaninya untuk memberi kesan atau membuat

banyak orang iri, dan kemudian ada cara lain yang lebih konsisten untuk melakukannya. Sehingga pelaku *flexing* sering membeli banyak barang yang membantu mereka dalam mengejar kekayaan.

- b) Jika orang tersebut tidak mampu mewujudkan kesannya sebagai orang kaya, kemungkinan besar ia akan menyadarinya dengan cara di luar kemampuannya, yaitu utang sembrono. Ini merupakan masalah serius apabila pihak-pihak yang terlibat tidak mampu menyelesaikan perselisihan, atau bahkan terlibat dalam tindakan hukum seperti tuntutan hukum, kebangkrutan, atau pelanggaran hanya untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.
- c) Ketika seseorang suka bersikap *flexing*, kemampuan berempati menjadi semakin berkurang. Pelaku *flexing* tidak peduli terhadap siapa pun yang membutuhkan karena mereka hanya sibuk memamerkan kekayaannya.

Dampak dari pamer pada individu, jika dilihat secara positif dapat berfungsi sebagai motivasi untuk mencapai keinginan seseorang. Dampak negatifnya adalah dapat menimbulkan perasaan iri terhadap pencapaian dan barang yang dimiliki orang lain (Khayati et al., 2022).

### 3) *Flexing* Dalam Pandangan Islam

*Flexing* dapat menjadi motivasi bagi banyak orang untuk bekerja lebih keras dan mencapai kesuksesan. Melihat seseorang berbagi pencapaiannya bisa menjadi dorongan bagi orang lain untuk berusaha lebih giat. Selain itu, dalam dunia bisnis dan karier, pamer kesuksesan bisa menjadi strategi pemasaran yang efektif.

Banyak pengusaha dan profesional menggunakan *flexing* untuk membangun citra diri dan meningkatkan kepercayaan dari klien atau mitra bisnis. Tidak hanya itu, banyak orang yang menikmati konten *flexing* sebagai hiburan. Gaya hidup mewah

yang dipamerkan bisa menjadi inspirasi dalam hal tren mode, teknologi, atau pilihan gaya hidup. Dalam beberapa kasus, flexing juga membantu seseorang memperluas jaringan sosial, terutama jika mereka ingin terhubung dengan orang-orang yang memiliki kesuksesan serupa.

Namun, di balik sisi positifnya, *flexing* juga memiliki dampak negatif yang tidak bisa diabaikan. Salah satu efek yang paling umum adalah meningkatnya perasaan iri atau ketidakpuasan dalam diri orang lain. Melihat orang lain memamerkan kekayaan atau pencapaian bisa membuat seseorang merasa kurang sukses, yang pada akhirnya bisa berujung pada tekanan mental.

Fenomena *flexing* ini sangat erat kaitannya dengan ajaran moral yang dijunjung tinggi oleh Nabi Muhammad SAW, baik dalam Al-Quran maupun hadis. Karena *flexing* mengandung beberapa unsur yang merupakan larangan dan akan mendapatkan balasan serius dari Allah SWT. Di antaranya adalah sombong, iri hati, takabur, menghina orang lain, dan menyombongkan diri (Shine Al Anjuwi et al., 2024).

Dalam konteks islam perilaku *flexing* dianggap sebagai hal yang tidak pantas karena tidak sesuai dengan moral islam. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa *flexing* dapat menimbulkan rasa sombong hati. Hal ini dapat dilihat dalam QS Luqman [31] ayat 18:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

Artinya : ”Janganlah memalingkan wajahmu dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi ini dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong lagi sangat membanggakan diri.” (QS. Luqman: 18).

Dalam konteks agama, tindakan pamer atau *flexing* tidak fokus kepada anjuran agama, melainkan bertujuan untuk mendapatkan lebih banyak pengakuan. Agama Islam tidak

menganjurkan sikap sombong karena dapat menimbulkan dampak negatif. Penting bagi individu yang menggunakan media sosial untuk memanfaatkan platform tersebut secara bijaksana, sehingga dapat memberikan efek positif baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Akibatnya, orang yang menggunakan media sosial perlu belajar tentang dampak tindakan mereka dan cara melindungi tindakan baik dalam komunikasi yang berisiko (Pohan et al., 2023)

#### 4) Cara Mengurangi *Flexing*

Untuk mengurangi perilaku *flexing*, khususnya di media sosial, beberapa pendekatan berikut dapat dipertimbangkan:

- a. Pilihlah hanya beberapa orang terdekat yang dapat melihat postingan mengenai pencapaian yang telah diraih. Dengan cara ini, pencapaian akan lebih dihargai tanpa menimbulkan kesan bahwa anda sedang memamerkan hasil tersebut.
- b. Memberikan penjelasan mengenai pencapaian yang telah diraih, dapat menyatakan perasaan senang dan bangga. Namun, penjelasan tersebut sebaiknya disampaikan secara wajar tanpa berlebihan.
- c. Saat memposting pencapaian, Anda dapat menambahkan kalimat motivasi yang bertujuan untuk memberikan dorongan kepada orang lain yang melihat dan membacanya (Arsyad, 2022).

#### 5) *Flexing* Dalam Pendekatan Iklan *Testimonial*

Menurut Lee & Carla (2007), penting untuk memiliki unsur tolak ukur yang tepat dalam iklan testimoni, yaitu:

- a) Daya Tarik (*Interest*), dinyatakan bahwa testimoni sebaiknya memiliki elemen daya tarik yang mencakup:
  - 1) Kesamaan (*Similarity*), Ini tentang bagaimana audiens merasa punya kesamaan dengan seorang endorser, baik dari sifat, usia, gaya hidup, kepribadian, atau tantangan yang mereka hadapi. Kesamaan ini biasanya ditampilkan lewat

iklan atau cara lain yang mendukung.

- 2) Keakraban (*Familiarity*), Memperkenalkan narasumber dilakukan melalui strategi *exposure*, misalnya dengan memanfaatkan pendekatan *celebrity endorser* yang dinilai berdasarkan frekuensi kemunculannya di hadapan publik. Sementara itu, pendekatan *typical person endorser* lebih menekankan pada tingkat kedekatan atau keakraban audiens dengan sosok yang ditampilkan, karena sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari.
  - 3) Kesukaan (*Liking*), Mengacu pada tingkat ketertarikan audiens terhadap narasumber, yang dipengaruhi oleh daya tarik fisik, sikap positif, atau karakteristik personal lainnya. Bahkan jika narasumber bukan seorang atlet atau selebritas, konsumen sering kali mengapresiasi kemampuan atau kepribadian yang dimiliki oleh narasumber tersebut.
- b) Kredibilitas, merupakan perluasan dari konsep di mana audiens memandang narasumber sebagai individu yang memiliki pengetahuan, keterampilan, atau pengalaman, serta dianggap jujur dan tidak memihak. Tiga faktor utama yang sering diidentifikasi adalah :
- 1) Keahlian (*expertise*), Ini tentang seberapa banyak pengetahuan, pengalaman, atau keahlian yang dimiliki seorang narasumber dalam topik yang sedang diiklankan. Meskipun narasumber tidak harus menjadi ahli, yang terpenting adalah audiens menganggap bahwa endorser memiliki pemahaman dan pengalaman yang memadai mengenai kategori produk yang dipromosikan.
  - 2) Kelayakan dipercayai (*trustworthiness*), Aspek ini berkaitan dengan nilai-nilai kejujuran, integritas, dan kredibilitas yang dimiliki oleh seorang narasumber. Objektivitas yang dimiliki narasumber menjadi tolak ukur

bagi audiens dalam menentukan apakah narasumber tersebut dapat dipercaya. Apabila audiens merasa bahwa narasumber hanya dibayar untuk memberikan pernyataan mengenai suatu produk, tingkat kepercayaan mereka terhadap narasumber tersebut cenderung menurun.

- 3) Spontanitas. Agar iklan testimonial lebih efektif, sebaiknya tidak menggunakan skrip yang sudah disiapkan, tapi dibiarkan mengalir secara alami dari konsumen. Hal ini karena jika testimonial disampaikan berdasarkan skrip yang dihafal, maka keaslian dan spontanitas alami dari pernyataan tersebut akan hilang (Chandra & Mutiara, 2022).

#### 4. FOMO

##### 1) Definisi Fomo

Fomo adalah kebutuhan untuk tetap terhubung melalui media sosial agar tidak kehilangan kesempatan untuk mengikuti kejadian menarik yang berada di luar kendali dan menghambat pertumbuhan. Fomo menimbulkan kekhawatiran, kecemasan, dan kesedihan ketika seseorang tidak mengetahui kejadian penting orang lain.

Fomo terjadi ketika kebutuhan psikologis tidak terpenuhi melalui konsumsi media, seperti internet. Psikologi merupakan sumber motivasi intrinsik yang kuat yang menginspirasi orang untuk mengeksplorasi, belajar, dan meningkatkan kemampuan mereka. Sindrom fomo menciptakan emosi negatif yang memengaruhi perilaku, terutama interaksi sosial, yang menyebabkan orang terus-menerus menggunakan media sosial (Kusaini et al., 2024).

## 2) Aspek-Aspek FOMO

Sindrom FOMO *atau Fear of Missing Out* memiliki beberapa aspek, yaitu sebagai berikut:

### a) *Self*

Dua kebutuhan psikologis utama adalah kompetensi dan otonomi. Kompetensi berkaitan dengan kemampuan individu untuk melaksanakan tugas secara efektif dan efisien, sementara otonomi adalah kemampuan individu untuk membuat keputusan secara mandiri. Ketika kebutuhan psikologis individu tidak terpenuhi, mereka cenderung mencari pemenuhan melalui internet untuk mengakses berbagai informasi dan berinteraksi dengan orang lain.

### b) *Relatedness*

Kebutuhan individu untuk merasa terus terhubung dan terlibat dalam hubungan sosial dengan orang lain merupakan kebutuhan dasar. Ketika kebutuhan untuk terhubung ini tidak terpenuhi, individu dapat mengalami kecemasan dan berusaha mencari pengalaman serta aktivitas yang dilakukan orang lain, misalnya melalui internet.

## 3) Dampak FOMO

Beberapa dampak buruk yang diakibatkan oleh fomo yaitu :

### a) Individu secara konsisten memeriksa media sosial

Individu yang mengalami fomo cenderung mengamati media sosial orang lain untuk tetap terinformasi tentang topik, aktivitas, dan konten yang dipublikasikan oleh pengguna lain. Mereka mengalami kecemasan yang berlebihan ketika disebut sebagai "kudet" (tidak terkini).

### b) Individu selalu memaksakan diri untuk terlibat banyak kegiatan.

Menghadiri acara tertentu seringkali menjadi kesempatan bagi individu yang mengalami FOMO (*Fear of Missing Out*)

untuk meningkatkan harga dirinya dengan memposting berbagai kegiatan yang diikutinya. Individu dengan fomo melakukan perilaku ini untuk mencari pujian dan validasi diri secara berlebihan.

- c) Individu secara konsisten menciptakan peluang bagi dirinya sendiri

Individu dengan fomo menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai platform bagi mereka untuk menciptakan kesan yang berbeda dan unik dibandingkan pengguna lain.

- d) Individu sering merasa kurang dan menginginkan lebih

Satu-satunya alasan munculnya fomo adalah hilangnya harga diri di dunia nyata, yang menyebabkan munculnya keinginan untuk mencapai kepuasan di dunia online. Namun, di dunia online, Fomo terus berkembang, yang merupakan hasil dari keinginan yang merusak seperti mengancam pengguna lain atau membuat akun palsu dan menghapus akun orang lain.

#### f. *Aspek Prudential*

##### 1) *Definisi Aspek Prudential*

Aspek kehati-hatian merupakan metode yang digunakan bank untuk meningkatkan perlindungannya dengan cara yang efisien dan aman dalam konteks sistem keuangan yang global dan aman. Hal ini dilakukan untuk mengalihkan uang masyarakat ke sektor yang produktif guna melindungi uang masyarakat.

Menurut Veithzal Rivai menjelaskan, Asas kehati-hatian adalah prinsip yang diterapkan untuk melindungi pembiayaan dengan cara mengidentifikasi nasabah melalui verifikasi identitas, dokumen pendukung, dan prosedur terkait lainnya (Yanti et al., 2013).

##### 2) *Penerapan Aspek Prudential di Lembaga Keuangan*

Kasmir (2002) menjelaskan bahwa prinsip penilaian kredit yang umum digunakan meliputi analisis 5C untuk pembiayaan dalam jumlah yang relatif besar.

- 1) *Character* (watak); Watak adalah alat untuk memahami risiko.
- 2) *Capital* (modal); Individu atau badan usaha yang akan memulai suatu usaha membutuhkan modal untuk memastikan kelancaran kegiatan operasionalnya.
- 3) *Capacity* (kemampuan); Seorang analis perlu memiliki keterampilan untuk menilai kapasitas debitur dalam memenuhi kewajiban utangnya.
- 4) *Collateral* (jaminan); Jaminan adalah aset yang dipergunakan sebagai jaminan untuk memastikan pembayaran utang di masa depan apabila debitur gagal memenuhi kewajiban utangnya. Jaminan tersebut dapat dijual, dan hasil dari penjualannya akan digunakan untuk melunasi utang.
- 5) *Condition of Economy* (kondisi ekonomi); Kondisi ekonomi merujuk pada keadaan ekonomi pada suatu waktu dan periode tertentu di mana bank memberikan pembiayaan kepada pemohon.

## B. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam konteks ini, relevansi berhubungan dengan penelitian terdahulu mengenai isu yang akan diteliti. Peneliti perlu menjelaskan dan menunjukkan bahwa topik yang akan dibahas dalam penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dibandingkan dengan penelitian yang ada. Setelah meninjau berbagai penelitian, peneliti mengidentifikasi beberapa tema yang relevan, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Pembahasan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Ketut Putu Oki Nurjana dan Ni Kadek Sinarwati yang berjudul "Persepsi	Tujuan peneliti ini yaitu untuk mengidentifikasi persepsi mahasiswa magister tentang fleksibilitas dan kemauan	Perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu adanya penambahan

	<p>Mahasiswa Tentang Flexing dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi”</p>	<p>mereka untuk berinvestasi. Selanjutnya, penelitian ini akan menganalisis dan mengukur dampak persepsi mahasiswa terhadap flexing serta minat mereka dalam berinvestasi di aset digital (Murjana &amp; Sinarwati, 2022).</p>	<p>variabel yaitu fenomena fomo. Fenomena FOMO terjadi di kalangan mahasiswa, khususnya terkait dengan kekhawatiran mereka tentang tertinggal dari tren investasi yang menjadi objek penelitian ini.</p>
2.	<p>Rohmini Indah dan Zaenal Arif yang berjudul “Godaan Praktik Binary Option Berkedok Investasi dan Trading”</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menyelidiki tingkat keberadaan operator biner ilegal di Indonesia.. Hasilnya yaitu operator binary bukanlah instrumen perdagangan atau investasi. Ada kelemahan regulasi dalam regulasi binary options dan belum ada hukuman yang ketat untuk penyelenggara binary options. (Lestari &amp; Arifin, 2022).</p>	<p>Perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu pada penelitian ini tidak membahas fenomena flexing. Flexing yang dimaksud dalam konteks ini merujuk pada perilaku pamer di media sosial yang dikaitkan dengan strategi pemasaran yang</p>

			dilakukan oleh figur endorser.
3.	M.Aditya Wijaya yang berjudul “Pengaruh Fenomena Flexing Terhadap Sikap Investasi Masyarakat dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi”	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji fenomena flexing di sektor investasi publik yang dimoderasi oleh Prudential. Hipotesis 1 menyatakan bahwa fenomena Flexing berpengaruh signifikan terhadap kinerja investasi berdasarkan hasil penelitian. Namun, hasil dari hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel Flexing tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan investasi ketika Prudential berperan sebagai variabel moderasi (Wijaya, 2023).	Perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu adanya penambahan variabel yaitu fenomena fomo. Perbedaan kedua terletak pada tempat penelitian, peneliti terdahulu meneliti gen z daerah lampung, sedangkan peneliti sekarang meneliti gen z daerah purwokerto.
4.	Imelda Iryani B yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Flexing, Pendapatan dan Hedonic Shopping Motivation	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dampak motivasi belanja hedonis, media sosial, dan fleksibilitas terhadap pembelian impulsif yang dilakukan melalui belanja daring dengan media sosial	Perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu pada variabel dan populasi. Pada penelitian terdahulu

	<p>Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Online Shopping Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi”</p>	<p>sebagai variabel moderasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonistik, pendapatan, dan gaya hidup memiliki dampak signifikan terhadap perilaku impulsif. Selain itu, Media Sosial dapat memoderasi pengaruh Pendapatan dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif.</p>	<p>membahas flexing pada berbelanja online, sedangkan pada penelitian ini membahas flexing pada minat investasi.</p>
5.	<p>Rachmawati Windyaningrum Ayudia Nurullita, Hasan Abdul Aziz, dan Ramadhan Nurfaizy yang berjudul “Analisis Isi Pesan Flexing pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz.”</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi frekuensi pesan yang mengandung elemen flexing dalam acara televisi “Sobat Misqueen” di Trans 7. Metode yang digunakan adalah metodologi kuantitatif dengan analisis deskriptif kuantitatif terhadap isi pesan. Hasil jajak pendapat tersebut memperoleh hasil dalam kategori jajak pendapat opini publik sekitar 75%. Sarana pesan palsu sebanyak 19%. Gaya memakai 6% dari kategori</p>	<p>Perbedaan peneliti terdahulu dengan sekarang yaitu pada variabel dan populasi. Pada penelitian terdahulu hanya terfokus pada flexing pada program sobat misqueen trans dan tidak membahas terkait sikap investasi.</p>

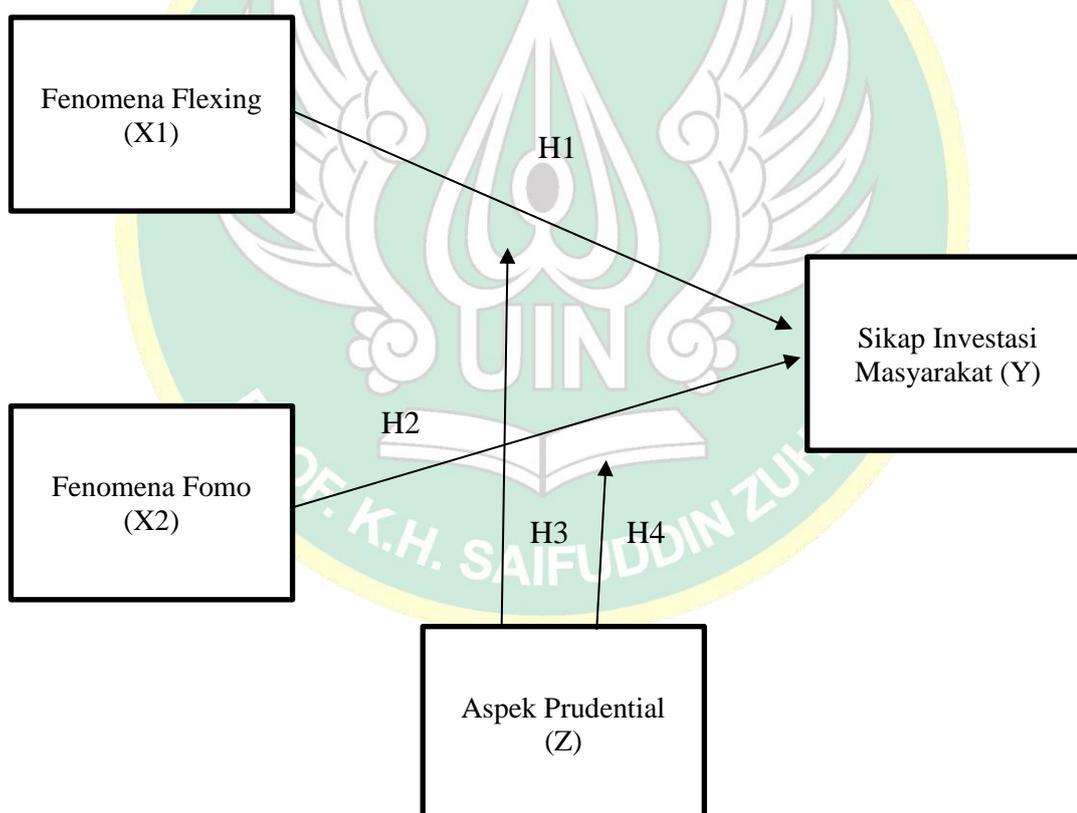
		<p>pesan. Berdasarkan informasi tersebut, dapat kita lihat bahwa tayangan tersebut memuat isi pesan <i>flexing</i> (Windyaningrum et al., 2022).</p>	
6.	<p>Wahyudin Darmalaksana yang berjudul “Studi Flexing Dalam Pandangan Hadis Dengan Metode Tematik Dan Analisis Etika Media Sosial”</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji konsep fleksi dari perspektif hadis. Objek formal penelitian ini meliputi moralitas Islam dan etika media sosial. Pembahasan penelitian ini mengungkapkan bahwa perilaku pamer tidak sesuai dengan aspek etika Islam, termasuk pendidikan, pekerjaan, dan dampak. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perilaku pamer mengandung konsekuensi negatif, sehingga bertentangan dengan etika Islam (Mustamin, 2022).</p>	<p>Perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu dari segi isi pembahasan. Perbedaan terdahulu membahas flexing menurut pandangan hadis, sedangkan penelitian sekarang membahas flexing terhadap sikap investasi masyarakat.</p>

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual perlu disajikan dalam penelitian jika melibatkan dua variabel atau lebih. Dari perspektif jenis hubungan variabel, kerangka konseptual mengacu pada hubungan antara sebab dan akibat, yaitu variabel yang mengubah variabel lain.

Kerangka konseptual akan bermanfaat dalam menciptakan persepsi bersama antara peneliti dan pembaca tentang proses berpikir peneliti, untuk membentuk hipotesis penelitian mereka secara logis (Sugiyono, 2013).

**Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian**



Kerangka diatas menunjukan bahwa terdapat dua variabel independen yaitu Fenomena *Flexing* (X1) dan Fomo (X2), terdapat satu variabel dependen yaitu Sikap Investasi (Y) dan Variabel Moderasi yaitu Aspek *Prudential* (Z).

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Dalam penelitian kuantitatif, hipotesis diperlukan untuk memberikan jawaban sementara yang dapat diuji kebenarannya. Hipotesis ini berfungsi sebagai asumsi awal yang dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil penelitian (Wibowo, 2021).

##### **1. Pengaruh Fenomena Flexing Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Generasi Z Di Purwokerto**

Menurut teori ekonomi, flexing didefinisikan sebagai perilaku konsumen yang mencolok di mana orang menggunakan uang untuk membeli barang mewah atau layanan kelas atas dalam upaya meningkatkan status sosial atau kemampuan finansial mereka. Istilah "sikap investasi" dapat diartikan sebagai kendali individu atas portofolio keuangan atau aset lain yang akan digunakan di masa depan dengan harapan memperoleh keuntungan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ketut Putu Oki Murjana dan Ni Kadek Sinarwati (2022) dengan judul "Persepsi Mahasiswa tentang Flexing dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Investasi," temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa harus mempertimbangkan flexing sebagai strategi pembelajaran yang signifikan dan tepat. Persepsi Malaysia tentang fleksibilitas memiliki efek positif dan signifikan dalam kaitannya dengan investasi minimum. Flexing diketahui berdampak negatif pada kepercayaan diri dan dorongan seseorang saat melakukan investasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rohmini Indah dan Zaenal Arif (2019) dengan judul "Godaan Praktik Binary Option yang Disamarkan sebagai Investasi dan Trading," masyarakat umum memiliki tingkat literasi digital yang tinggi terhadap mata uang digital. Hal ini membuat mereka mudah terpengaruh oleh volatilitas imbal hasil dan kesulitan dalam membedakan antara trading, binary option, dan investasi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi framing

dan flexing efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri individu dengan literasi digital yang baik.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Fenomena Flexing Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Generasi Z di Purwokerto

## **2. Pengaruh Fenomena Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Generasi Z Di Purwokerto**

FoMo menjadi sindrom yang dihadapi oleh generasi muda yang secara konstan muncul perasaan cemas akan tertinggal sesuatu yang berharga, padahal belum mengetahui secara spesifik mengenai apa yang terjadi atau yang ingin dilakukan. Dalam kamus Oxford, FoMo diartikan sebagai suatu kecemasan pada peristiwa menarik yang terjadi di tempat lain dan muncul karena terpacu oleh hal-hal yang ada di sosial media (Santika, 2020).

Keputusan seseorang untuk berinvestasi tergantung pada sudut pandang setiap individu masing-masing. Ketika membuat keputusan investasi, ada dua jenis investor: irasional dan rasional. Sikap rasional merujuk pada pendekatan individu yang menggunakan pertimbangan logis dan akal sehat dalam pengambilan keputusan. Investor yang bersikap rasional akan memutuskan berinvestasi yang didasari dengan literasi keuangan. Begitupun sebaliknya, sikap irasional adalah sikap individu yang berpikir tidak didasari dengan akal sehat. Sehingga, dalam mengambil keputusan berinvestasi cenderung terpengaruh oleh beberapa faktor, seperti psikologis.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dari (Ikhsan Saputra & Prima Aulia, 2024) menunjukkan bahwa generasi Z memiliki perilaku fomo yang cukup, hasil tersebut dapat didukung dengan temuan (Said Mazruk dkk., 2023) terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan gaya hidup dan FoMO terhadap keputusan investasi, pada penelitian ini literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan individu

dalam kemampuan kognitif yaitu kurang matangnya pertimbangan dan persiapan yang mempengaruhi perilaku mereka dalam kegiatan keuangan untuk investasi saham. Gaya hidup berkaitan dengan pola konsumsi individu dalam mengelola segala aspek terutama emosional individu terhadap waktu dan keuangan, ketakutan akan kehilangan kesempatan berharga dalam saham juga mendasari individu dalam menentukan keputusan investasi.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H2 : Fenomena Fomo Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Generasi Z di Purwokerto

### **3. Pengaruh Fenomena Flexing Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Yang Dimoderasi Dengan Aspek Prudential**

flexing adalah perilaku yang melibatkan memamerkan harta benda seseorang, tetapi dengan cara yang tidak menarik. Sederhananya, flexing adalah tindakan seseorang memamerkan dirinya sendiri, baik di kehidupan nyata maupun di media sosial. Sementara itu, gaya hidup mewakili kelengkapan individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Rahmanto & Iryo, 2022).

Menurut Schiffman dan Kanuk, sikap adalah kecenderungan untuk berperilaku secara positif atau negatif tergantung pada objek yang dihadapi. Sikap mencerminkan kecenderungan untuk bertindak berdasarkan niat yang positif serta mengekspresikannya kepada suatu objek. Berdasarkan peraturan OJK No. 71 Tahun 2016, prinsip kehati-hatian menyatakan perusahaan harus menjaga data pelanggan yang mereka terima agar bisa mengurangi risiko kerugian dari investasi yang dilakukan, sehingga perusahaan tetap sehat, likuid, dan solvent. Analisis fenomena flexing dapat ditinjau berdasarkan prinsip kehati-hatian ini.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lisa Ade Justica, Darmawan, dan Teuku Muttaqin (2018), prinsip manajemen yang

sehat sangat membantu Bank BTN dalam mengurangi risiko eksternal dan menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang baik. Faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan KRING termasuk penyalahgunaan kredit oleh nasabah, ketidakjelasan dalam penyaluran kredit, niat jahat nasabah, lemahnya pengawasan bank dari tahap pengajuan hingga pencairan, serta persaingan dengan bank lain.

Dalam penelitian berikutnya, Nirwan Efendy Tanjung (2022) mengungkapkan bahwa asas kehati-hatian dalam perbankan adalah prinsip yang mewajibkan perusahaan asuransi untuk bersikap hati-hati dalam menginvestasikan dana nasabah. Tujuan dari asas ini adalah untuk melindungi dana yang dipercayakan dan meminimalisir risiko kerugian investasi.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H3 : Aspek Prudential Memoderasi Hubungan Antara Fenomena Flexing Terhadap Sikap Investasi Masyarakat

#### **4. Pengaruh Fenomena Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Yang Dimoderasi Dengan Aspek Prudential**

FoMo merupakan perasaan takut akan kehilangan suatu momentum berharga bagi seseorang atau kelompok lain dimana seseorang tersebut tidak bisa ikut serta didalamnya dan selalui berkeinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain (Przybylski et al., 2013).

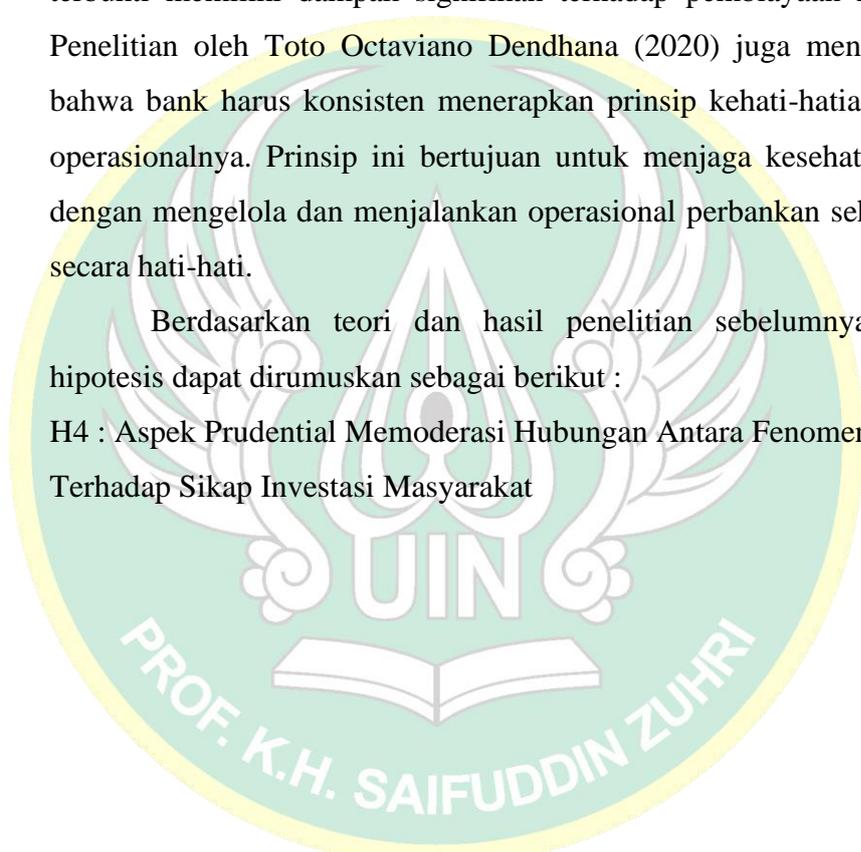
Menurut Schiffman dan Kanuk, sikap adalah kecenderungan untuk berperilaku secara positif atau negatif tergantung pada objek yang dihadapi. Sikap mencerminkan kecenderungan untuk bertindak berdasarkan niat yang positif serta mengekspresikannya kepada suatu objek. Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 71 Tahun 2016, Prinsip kehati-hatian menyatakan bahwa bisnis harus melindungi data pelanggan yang sensitif untuk mengurangi risiko kerugian finansial dari investasi yang dilakukan, sehingga perusahaan

tetap sehat, likuid, dan solvent. Analisis fenomena flexing dapat ditinjau berdasarkan prinsip kehati-hatian ini.

Penelitian mengenai fenomena fomo terhadap aspek tersebut menunjukkan temuan penting. Menurut penelitian Ma'rifatul Khasanah (2019), prinsip kehati-hatian dalam perbankan, yang didukung oleh kepemimpinan yang efektif, berhasil meminimalisir kredit bermasalah di BRI Syariah. Dalam hal ini, prinsip kehati-hatian terbukti memiliki dampak signifikan terhadap pembiayaan nasabah. Penelitian oleh Toto Octaviano Dendhana (2020) juga menekankan bahwa bank harus konsisten menerapkan prinsip kehati-hatian dalam operasionalnya. Prinsip ini bertujuan untuk menjaga kesehatan bank dengan mengelola dan menjalankan operasional perbankan sehari-hari secara hati-hati.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H4 : Aspek Prudential Memoderasi Hubungan Antara Fenomena Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Untuk menganalisis suatu populasi atau sampel, penelitian kuantitatif didasarkan pada positivisme dan menggunakan teknik pengambilan sampel acak (Sugiyono, 2013). Penelitian di bidang ini merupakan bagian dari rangkaian penelitian yang lebih besar yang meneliti hubungan antara suatu respons dan penyebabnya. Hal ini dilakukan dengan menerapkan variabel independen dan dependen, yang memungkinkan identifikasi penyebab respons.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Purwokerto Tepatnya di Kabupaten Banyumas, penelitian ini akan dimulai pada Bulan Maret tahun 2024.

#### **C. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data. Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data, sedangkan sumber sekunder digunakan untuk mendapatkan informasi yang tidak diperoleh secara langsung, seperti informasi dari orang lain atau dokumen. Dalam hal metode pengumpulan data, informasi dapat diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, atau kombinasi dari keempat metode tersebut (Rizky Fadilla et al, 2023). Untuk penelitian ini, data primer akan dikumpulkan melalui kuesioner yang akan disebarakan kepada generasi z di kota Purwokerto.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Sugiyono (2017) mendefinisikan kuesioner sebagai metode pengumpulan data yang menyederhanakan proses tanya jawab kepada responden. Teknik ini akan dilakukan dengan cara memberikan akses link form kepada

masyarakat yang akan mengisi angket pada link tersebut, dari sini lah data akan di dapat dan akan peneliti olah (Sugiyono, 2017).

### E. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan sebagai unit pengukuran. Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Metode ini diterapkan melalui kuesioner dan mengukur respons subjek dengan skala lima poin. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data interval (Albert Kurniawan, 2014) Oleh karena itu, skor yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) : Skor 5
2. Setuju (S) : Skor 4
3. Netral (N) : Skor 3
4. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

### F. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah sampel suatu objek atau daya tarik dengan kualitas dan karakteristik khusus yang dicari oleh peneliti untuk tujuan studi dan analisis (Sulistiyowati, 2023). Populasi dalam penelitian ini terdiri dari individu Generasi Z di Purwokerto. Populasi tersebut dipilih karena memiliki banyak potensi dalam menyikapi sikap investasi masyarakat. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 38.842 orang.

Data tersebut disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 2.2 Data Jumlah Gen Z Purwokerto

Kelompok Umur	Nama Wilayah	Penduduk		Jumlah
		Laki- Laki	Perempuan	
17-26	Purwokerto Selatan	5.680	5.481	11.161

17-26	Purwokerto Barat	4.050	3.782	7.832
17-26	Purwokerto Utara	3.767	3.523	7.290
17-26	Purwokerto Timur	4.434	4.125	8.559
<b>JUMLAH</b>		<b>17.931</b>	<b>16.911</b>	<b>38.842</b>

Sumber : Bps Purwokerto 2024

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih secara sistematis, komprehensif, dan representatif. Dalam penelitian ini, digunakan teknik pengambilan sampel probabilitas, yaitu memberikan bobot yang sama kepada setiap orang dalam populasi yang akan dianalisis sebagai sampel. Metode yang digunakan dikenal sebagai pengambilan sampel acak sederhana. Sampel yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian adalah Generasi Z di Purwokerto. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin berdasarkan populasi yang telah diketahui.

Sebuah komponen dari teori sampling adalah rumus Slovin. Sebelum menerapkan rumus Slovin, peneliti harus menentukan persentase *margin of error* yang akan digunakan untuk mewakili tingkat kesalahan. Semakin tinggi tingkat akurasi yang diinginkan dalam penelitian, semakin kecil batas kesalahan yang harus diterapkan (Ketut Swarjana, 2022). Dalam penelitian ini, standar *margin of error* yang digunakan adalah 5%. maka rumus Slovin dapat dituliskan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Kesalahan (*error tolerance*)

Penelitian ini akan menggunakan uji Slovin untuk menentukan ukuran sampel; penelitian ini akan meneliti populasi Z di Purwokerto dengan total 38.842 individu. Pengukuran berikut dapat digunakan untuk menentukan ukuran sampel:

$$n = \frac{38.842}{1 + 38.842 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{38.842}{1 + 97,105}$$

$$n = \frac{38.842}{98,105}$$

$$n = 395,92$$

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 395,92 responden yang dibulatkan menjadi 396 berdasarkan kumpulan sampel penelitian diatas.

#### **G. Definisi Operasional Variabel**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel. Pertama, variabel independen atau yang disebut juga variabel bebas. Variabel ini merupakan variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan atau munculnya variabel terikat atau yang disebut juga variabel dependen (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah fenomena *flexing* dan fenomena *fomo*. Variabel kedua yaitu sebagai variabel dependennya adalah sikap investasi masyarakat, sedangkan variabel ketiga dalam penelitian ini ialah aspek prudential, variabel ini digunakan sebagai variabel moderator yaitu variabel yang memengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Definisi operasional adalah penjabaran dari variabel penelitian ke dalam indikator yang sesuai dan dapat diukur. Berikut ini adalah beberapa definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 2.3 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Fenomena flexing (X1)	Definisi flexing merupakan pendekatan pemasaran testimonial yang memakai pola memamerkan kesuksesan figur endorser.	1.Pamer sebagai daya tarik  2.Pamer sebagai upaya membangun kredibilitas	1.Kesamaan harapan ( <i>similarity</i> ). Untuk menggapai kesuksesan sebagai orang kaya seperti figur endorser. 2.Kemiripan ( <i>Familiarity</i> ). Gambaran figur endorser yang mirip dengan kondisi realita 3.Kesukaan ( <i>Liking</i> ). Akan ditampilkan fisik figur endorser, dan kekaguman atas pencapaiannya. 1. Figur endorser memamerkan pengetahuan atau pengalamannya. 2. Figur endorser menunjukkan atau	Skala Likert

				menginformasikan bahwa dirinya dan produknya layak untuk dipercaya (Lee et al, 2007).	
2.	Fenomena Fomo (X2)	Fear of Missing Out Menurut perspektif Self Determination Theory (SDT) FoMO merujuk pada kondisi situasional ketika kebutuhan psikologis untuk diri sendiri dan keterhubungan tidak terpenuhi (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013).	1.ketakutan dan kecemasan akan kehilangan momen berharga dari individu  2. Fomo sebagai ajang ketertarikan	1.Figur endorser membuat dirinya memiliki keinginan berinvestasi. 2.Keinginan berinvestasi seperti figure endorser. 1.Figur endorser membuat dirinya termotivasi untuk berinvestasi. 2.Ketertarikan atas investasi yang dilakukan orang lain (Arsyad, 2022).	
3.	Sikap Investasi (Y)	Menurut Kotler, sikap adalah proses pengorganisasian motivasi, emosi, persepsi, dan		1.Kepercayaan (mempercayai). 2.Persepsi (menafsirkan). 3.Emosi (menyukai).	Skala Likert

		keyakinan sehubungan dengan lingkungan dalam jangka waktu yang panjang.		4.Motivasi (mendorong) (Kotler et al, 2008).	
3.	Aspek Prudential (Z)	Aspek prudential merupakan bentuk kehati-hatian atas persepsi resiko yang mungkin muncul.		1. Berhati-hati atas tingkat resiko. 2. Berhati-hati atas ketidakpastian bagi hasil. 3. Update Informarsi (Robbin et al, 2008).	Skala Likert

## H. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, metode analisis data yang akan digunakan adalah sebagai berikut.

### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan meringkas atau menyajikan secara visual informasi yang dikumpulkan sebelumnya, tanpa menarik kesimpulan mengenai keseluruhan populasi (Sugiyono, 2016).

### 2. Uji Instrumen

#### a) Uji Validitas

Validitas atau konsistensi mengacu pada sejauh mana alat ukur tertentu dapat sesuai dengan apa yang diharapkan darinya agar

dapat diukur. Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid atau tidak. Kriteria validitas untuk uji adalah jika hasilnya lebih besar dari nilai dalam tabel pada tingkat signifikansi 0,05, maka hipotesis dianggap valid. Sebaliknya, jika  $r$  lebih kecil dari nilai dalam tabel pada tingkat signifikansi 0,05, maka hipotesis tidak valid (Syofian, 2018).

#### **b) Uji Reliabilitas**

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana temuan penelitian tetap konsisten ketika diulang dua kali atau lebih menggunakan metode yang sama untuk fenomena terkait. Dalam penelitian ini, salah satu teknik untuk menilai reliabilitas adalah Cronbach's Alpha. Suatu variabel dianggap stabil jika koefisien Cronbach's Alpha-nya kurang dari 0,60 (Sulistiyowati, 2023).

### **3. Uji Asumsi Klasik**

Untuk memastikan bahwa hasil analisis regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi, diperlukan uji asumsi klasik. Oleh karena itu, asumsi tradisional berikut juga digunakan dalam penelitian ini:

#### **a) Uji Normalitas**

Tujuan uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel independen dan dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal. Persamaan regresi dianggap memadai jika variabel independen dan dependen terdistribusi secara normal.

Kesimpulan mengenai distribusi normal data ditentukan berdasarkan nilai signifikansi. Jika tingkat signifikansi lebih tinggi dari 0,05, maka data akan terdistribusi secara normal. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05, maka data tidak akan terdistribusi secara normal (Juliandi et al, 2021)

#### **b) Uji Multikolinearitas**

Untuk mendeteksi keberadaan korelasi antara variabel independen, pengujian multikolinearitas merupakan teknik yang

digunakan dalam model regresi. Model regresi yang baik idealnya tidak menunjukkan keberadaan korelasi antara variabel independen. Perhitungan ini dapat dilakukan dengan menggunakan analisis regresi dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) (Singgih Santoso, 2019).

**c) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas merupakan teknik yang digunakan dalam model regresi untuk mengidentifikasi ketidakkonsistenan dalam variabel residual dari satu penelitian dan penelitian lainnya. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah Rank Spearman, yang mengkorelasikan setiap variabel independen dengan nilai residual. Jika ditemukan korelasi yang signifikan, maka model regresi menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas (Perdana K, 2016).

**4. Uji Hipotesis**

Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini akan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

**a) Uji t (Uji Parsial)**

Uji statistik t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dalam suatu persamaan memengaruhi nilai variabel dependen untuk setiap individu (uji parsial). Metode ini melibatkan pengujian koefisien regresi untuk setiap variabel independen. Tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) digunakan untuk kriteria pengujian, yang berarti tingkat reliabilitas 95%. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima (Imam Ghazali, 2016).

**b) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Untuk menentukan seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, ahli statistik menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Koefisien

determinasi kurang dari 1 menunjukkan bahwa variabel independen terhadap variabel dependen signifikan (Imam Ghozali, 2016)

#### 5. *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Penelitian MRA difokuskan pada upaya meminimalkan efek interaksi dari korelasi dua sisi atau variabel independen (Ghozali, 2013:2019). Variabel dependen antara fenomena flexing (X1), fenomena fomo (X2), dan aspek kehati-hatian (Z) merupakan variabel moderating karena menunjukkan pengaruh variabel moderating aspek kehati-hatian (Z) terhadap fenomena flexing (X1), fenomena foaming (X2), dan investasi sosial (Y). Hasil perkalian tersebut akan memungkinkan beberapa hal berikut ini :

- a) Jika variabel aspek prudential tidak berinteraksi dengan variabel independent X namun tetap berhubungan dengan variabel dependen (Y), maka variabel aspek prudential tidak berfungsi sebagai moderator, melainkan sebagai variabel intervening atau variabel independen.
- b) Jika variabel aspek prudential tidak berinteraksi dengan variabel independen (X) dan tidak memiliki hubungan dengan variabel dependen (Y), maka variabel aspek prudential dapat dikategorikan sebagai variabel moderator homologizer.
- c) Jika variabel aspek prudential berinteraksi dengan variabel independen (X) dan juga menunjukkan hubungan signifikan dengan variabel dependen (Y), maka variabel aspek prudential dapat dianggap sebagai kuasi-moderator (moderator semu).
- d) Jika variabel aspek prudential berinteraksi dengan variabel independen (X) tetapi tidak memiliki hubungan signifikan dengan variabel dependen (Y), maka variabel aspek prudential dikategorikan sebagai moderator murni (pure moderator) (Hayes, 2018).

## BAB IV PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Generasi Z Di Purwokerto

Penelitian ini menggunakan data utama yang diperoleh melalui jawaban dari kuesioner yang disebarakan kepada responden. Responden yang dipilih merupakan bagian dari generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2010 dengan rentang usia 14 hingga 26 tahun. Populasi penelitian terdiri dari 38.842 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 396 responden. Tabel berikut menyajikan kriteria responden yang terlibat dalam penelitian ini.

**Tabel 2.4 Deskripsi Generasi Z Purwokerto**

	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Usia	14-20 Tahun	107	27,02%
	21-26 Tahun	289	72,98%
	Total	396	100%
Alamat Domisili	Purwokerto Utara	219	55,30%
	Purwokerto Timur	83	20,96%
	Purwokerto Barat	52	13,13%
	Purwokerto Selatan	42	10,61%
	Total	396	100%

*Sumber : Data Output SPSS 27 (2024)*

Hasil data yang disajikan pada tabel, terlihat bahwa dari kriteria usia responden yang berusia 14-20 tahun berjumlah 27,02% dan yang berusia 21-26 tahun berjumlah 72,98%. Selanjutnya, jumlah responden yang berdomisili purwokerto utara berjumlah 55,30%, berdomisili purwokerto timur berjumlah 20,96%, berdomisili purwokerto barat berjumlah 13,13%, dan berdomisili purwokerto selatan berjumlah 10,61%.

## B. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat untuk memastikan data dalam penelitian itu benar-benar sah atau valid. Dalam penelitian ini, dengan 396 responden, nilai r tabel yang dipakai adalah 0,099. Kuesioner penelitian terdiri dari total 22 pertanyaan yang mencakup empat variabel utama: variabel flexing ( $X_1$ ) dengan lima pertanyaan, variabel FOMO ( $X_2$ ), variabel sikap investasi (Y) dengan tujuh pertanyaan, serta variabel moderasi aspek prudential (Z) yang memiliki lima pertanyaan. Hasil uji validitas dari penelitian ini disajikan dalam Tabel 2.5 berikut.

**Tabel 2.5 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
$X_1$	1	0,639	0,099	Valid
	2	0,644	0,099	Valid
	3	0,652	0,099	Valid
	4	0,611	0,099	Valid
	5	0,609	0,099	Valid
$X_2$	1	0,683	0,099	Valid
	2	0,559	0,099	Valid
	3	0,675	0,099	Valid
	4	0,603	0,099	Valid
	5	0,621	0,099	Valid
Z	1	0,684	0,099	Valid
	2	0,686	0,099	Valid
	3	0,684	0,099	Valid
	4	0,617	0,099	Valid
	5	0,658	0,099	Valid
Y	1	0,559	0,099	Valid

	2	0,587	0,099	Valid
	3	0,585	0,099	Valid
	4	0,599	0,099	Valid
	5	0,543	0,099	Valid
	6	0,588	0,099	Valid
	7	0,560	0,099	Valid

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024

Dilihat dari tabel 2.5 menunjukkan bahwa seluruh variabel yang berjumlah 396 responden setelah dilakukan uji validitas dari 22 pertanyaan dalam kuisisioner dinyatakan valid dimana  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi kuesioner sebagai indikator variabel dalam penelitian. Suatu variabel dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 ( $>0,60$ ). Pada penelitian ini, uji reliabilitas diterapkan pada empat variabel utama, yaitu flexing ( $X_1$ ), fomo ( $X_2$ ), sikap investasi ( $Y$ ), dan aspek prudential ( $Z$ ).

**Tabel 2.6 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Critical Value	N of Items	Keterangan
Flexing ( $X_1$ )	0,620	0,600	5	Reliabel
Fomo ( $X_2$ )	0,612	0,600	5	Reliabel
Aspek Prudential ( $Z$ )	0,684	0,600	5	Reliabel
Sikap Investasi ( $Y$ )	0,658	0,600	7	Reliabel

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.6 dapat disimpulkan bahwa 22 pertanyaan dalam kuisisioner tiap variabel menunjukkan hasil Cronbach alpha  $>$  0,6, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel

penelitian dinyatakan reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan exact test untuk memeriksa apakah data berdistribusi normal. Cara ini dipilih karena, meskipun grafik uji normalitas terlihat normal secara visual, hasil statistiknya bisa saja menunjukkan hal yang berbeda. Nilai signifikan dari pengujian ini menunjukkan distribusi yang normal. Pada hasil *Sig (2-tailed)* dari uji Kolmogorov-Smirnov, jika nilainya lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka distribusi data dinyatakan normal. Hasil dari uji normalitas disajikan dalam tabel berikut.

**Tabel 2.7 Hasil Uji Normalitas**

N	Exact Sig. (2-tailed)
396	0,161

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa jika nilai residual lebih besar daripada tingkat signifikansi 0,05, yaitu  $0,161 > 0,05$ , maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas karena dianggap memberikan hasil yang lebih akurat. Berikut ini merupakan dasar dalam pengambilan keputusan pada uji Glejser terkait heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi (sig.) melebihi 0,05, maka model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas, begitupun sebaliknya.

**Tabel 2.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Signifikansi
Flexing (X1)	0,327
Fomo (X2)	0,461
Aspek Prudential (Z)	0,192

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi (sig.) untuk variabel flexing adalah 0,327 ( $> 0,05$ ), untuk variabel fomo adalah 0,461 ( $> 0,05$ ), dan untuk variabel aspek prudential adalah 0,192 ( $> 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi.

### c. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat apakah ada multikolinearitas, bisa dicek dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Kalau nilai VIF-nya di bawah 10 dan Tolerance-nya lebih dari 0,10, berarti tidak ada multikolinearitas (Rinaldi et al., 2021).

Hasil pengujian multikolinearitas disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 2.9 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Tolerance	VIF
Flexing (X1)	0,956	1,046
Fomo (X2)	0,958	1,044
Aspek Prudential (Z)	0,999	1,001

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi multikolinearitas pada variabel yang diuji. Hal ini dibuktikan dengan nilai VIF yang kurang dari 10 serta nilai toleransi yang lebih dari 0,10.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 digunakan untuk mengevaluasi pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis uji t ini disajikan dalam Tabel 2.10 berikut.

**Tabel 2.10 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Variabel	t table	t hitung	Sig
Flexing	1,966	3,169	0,002
Fomo	1,966	7,553	0,000

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.10 di atas, nilai t hitung untuk X1 adalah 3,169, dan untuk X2 adalah 7,553, dengan nilai t tabel sebesar 1,966. Berikut ini adalah analisis hasil uji t mengenai pengaruh fenomena flexing dan fomo terhadap sikap investasi generasi Z di Purwokerto.

- a) Pada variabel flexing, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,169 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,966, serta nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, variabel flexing memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap investasi generasi Z di Purwokerto, sehingga hipotesis H1 dinyatakan diterima.
- b) Pada variabel fomo, nilai t hitung sebesar 7,553 lebih besar dari t tabel sebesar 1,966, dengan nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, variabel fomo memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap investasi generasi Z di Purwokerto, sehingga hipotesis H2 dinyatakan diterima.

##### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengecek apakah semua variabel bebas dalam model regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat. Tes ini dilakukan dengan

tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% (0,05).

**Tabel 2.11 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

<b>F tabel</b>	<b>F hitung</b>
2,39	40,169

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.11, nilai  $F_{hitung}$  sebesar 40,169, sedangkan nilai  $F_{tabel}$  adalah 2,39. Karena  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  ( $40,169 > 2,39$ ), dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima.

**c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Untuk menilai sejauh mana model dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen, dilakukan pengujian koefisien determinasi (Uji  $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi ini berkisar antara 0 hingga 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) disajikan sebagai berikut:

**Tabel 2.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,412 <sup>a</sup>	,170	,165	2,805
a. Predictors: (Constant), Fomo, Flexing				

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024.

Berdasarkan data pada tabel 2.12, nilai koefisien R sebesar 0,412 (41,2%) menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu fenomena flexing dan fomo, memiliki hubungan yang kuat dengan variabel dependen, yaitu sikap investasi. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,170 (17,0%) mengindikasikan bahwa fenomena flexing dan fomo berkontribusi sebesar 17,0% dalam memengaruhi sikap investasi generasi Z di Purwokerto, sementara 83,0% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Jadi, bisa disimpulkan bahwa fenomena flexing dan FOMO

memang berhubungan erat dengan sikap investasi, tapi pengaruhnya tidak terlalu besar.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis data yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Metode ini dipakai untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel independen, yaitu flexing dan fomo. Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda:

**Tabel 2.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Variabel	Nilai Konstanta	Nilai Koefisien Regresi
Flexing	12,237	0,221
Fomo	12,237	0,557

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.13 di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut  $Y = 12,237 + 0,221X_1 - 0,557X_2 + e$ . Persamaan ini menunjukkan bahwa variabel sikap (Y) dipengaruhi oleh variabel fenomena flexing ( $X_1$ ) dan fenomena fomo ( $X_2$ ). Penjelasan rinci mengenai makna persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta sebesar +12,237 menunjukkan bahwa apabila variabel flexing ( $X_1$ ) dan fomo ( $X_2$ ) bernilai nol, maka variabel sikap (Y) akan tetap sebesar +12,237, tanpa mengalami perubahan dari nilai sebelumnya.
- b) Koefisien regresi untuk variabel flexing ( $X_1$ ) sebesar 0,221, dengan asumsi variabel  $X_2$  bernilai nol, menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar 1 poin pada variabel flexing ( $X_1$ ) akan meningkatkan nilai variabel sikap (Y) sebesar 0,221 poin.
- c) Koefisien regresi variabel fomo ( $X_2$ ) sebesar 0,557, dengan asumsi nilai  $X_1$  sama dengan nol, menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar 1 poin pada variabel fomo ( $X_2$ ) akan meningkatkan nilai variabel sikap (Y) sebesar 0,557 poin.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel fomo memiliki nilai

output regresi tertinggi dibandingkan dengan variabel flexing. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel fomo memberikan pengaruh paling dominan, karena tingkat aspek prudensial yang tinggi atau rendah dapat memengaruhi sikap generasi Z dalam berinvestasi di Purwokerto.

#### 6. Uji Moderated Regression Analisis (MRA)

Analisis regresi moderasi adalah metode yang melibatkan variabel moderasi untuk membentuk model hubungan. Variabel moderasi berfungsi sebagai faktor yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel 2.14 Hasil Uji Regresi Moderasi**

Variabel	Nilai Sig
Prudential Memoderasi Flexing	0,548
Prudential Memoderasi Fomo	0,666

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024.

Berdasarkan uji diatas diperoleh bahwa :

- Nilai signifikansi untuk variabel interaksi antara fenomena flexing dan variabel prudential adalah  $0,548 > 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel prudential tidak mampu untuk memoderasi pengaruh fenomena flexing terhadap variabel sikap.
- Nilai signifikansi untuk variabel interaksi antara fenomena fomo dan variabel prudential adalah  $0,666 > 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel prudential tidak mampu untuk memoderasi pengaruh fenomena fomo terhadap variabel sikap.

**Tabel 2.15 Hasil Uji Moderasi R2**

R	R Square
<b>0,418</b>	<b>0,175</b>

Sumber : Data spss 27 yang diolah, 2024

Diketahui nilai R square setelah dimoderasi oleh variabel

prudential sebesar 0,175, yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel flexing dan fomo terhadap variabel sikap investasi adalah sebesar 17,5%.

### **C. Pembahasan dan Hasil Penelitian**

#### **1. Pengaruh Fenomena Flexing Terhadap Sikap Investasi Gen Z di Kota Purwokerto**

Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel independen dan analisis tabel uji t, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel flexing ( $X_1$ ) terhadap sikap ( $Y$ ) sebesar 3,169, yang lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$  ( $3,169 > 1,966$ ). Selain itu, tingkat signifikansi yang dihasilkan adalah 0,002, lebih kecil dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa fenomena flexing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap investasi generasi Z di Purwokerto. Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_1$ ) fenomena flexing berpengaruh signifikan terhadap sikap investasi generasi z di purwokerto diterima.

Berdasarkan hasil kuesioner, fenomena flexing memiliki pengaruh positif terhadap sikap investasi masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan daya tarik dan kredibilitas yang tinggi dari figur endorser, sehingga masyarakat cenderung mempercayai aktivitas flexing yang dilakukan oleh figur tersebut dalam mendorong keputusan untuk berinvestasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan didapatkan hasil bahwa para narasumber menilai kekayaan yang ditunjukkan oleh figur endorser dianggap sebagai bukti dari kesuksesan yang telah mereka capai. Hal ini menimbulkan rasa kagum dan mendorong mereka untuk memilih produk investasi yang ditawarkan oleh figur tersebut dengan harapan memperoleh return yang tinggi. Maka dari itu masyarakat perlu diedukasi tentang pentingnya investasi yang sehat dan berkelanjutan. Selain itu, pemerintah dan otoritas keuangan harus lebih aktif dalam memberikan literasi investasi, terutama terkait dengan pengenalan risiko. Para

influencer juga memiliki tanggung jawab moral untuk memberikan contoh positif, misalnya dengan menunjukkan pentingnya investasi dan pengelolaan keuangan yang baik, daripada sekadar memamerkan hasilnya (wawancara pribadi, 2024).

Berdasarkan teori pada penelitian ini yaitu *theory behavioural finance* mampu memverifikasi pengaruh flexing investasi terhadap sikap investasi. menyatakan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi sikap. Flexing investasi memiliki dampak yang signifikan dalam mempengaruhi sikap generasi z untuk berinvestasi di kota purwokerto. Semakin luas pengetahuan seseorang tentang investasi yang disebabkan oleh flexing maka semakin besar ketertarikan mereka untuk berinvestasi. Ini menunjukkan bahwa orang yang belajar tentang investasi dan paham akan investasi akan memiliki pengetahuan mendalam dari flexing-flexing yang bermunculan di sosial media dan sikap untuk berinvestasi akan muncul bersama dengan pengelolaan keuangan yang baik dan selalu bertindak rasional saat mengambil keputusan.

Hasil pembahasan mengenai pengaruh fenomena flexing terhadap sikap investasi generasi Z di Purwokerto sejalan dengan landasan teologis yang dijelaskan dalam Al-Qur'an pada surah Al-Isra ayat 37:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَأَنْ تَخْرُقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا

Artinya : Janganlah engkau berjalan di bumi ini dengan sombong karena sesungguhnya engkau tidak akan dapat menembus bumi dan tidak akan mampu menjangkau setinggi gunung.

Dalam tafsir wajiz pada ayat ini menjelaskan agar manusia tidak bersikap sombong atau angkuh dengan kekayaan yang dimilikinya. Allah mengingatkan bahwa kekuatan dan kemampuan manusia sangat terbatas.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Rohmini Indah dan Zaenal Arif (2022) dalam studi berjudul “Godaan Praktik Binary Option Berkedok Investasi dan Trading”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan digital di masyarakat membuat mereka mudah tergiur oleh iming-iming return tinggi, serta kurang mampu membedakan antara investasi, perdagangan, dan binary option. Studi ini juga mengungkapkan bahwa strategi framing dan flexing efektif menarik perhatian masyarakat dengan literasi keuangan digital yang masih rendah. Selain itu, penelitian oleh Ketut Putu Oki Murjana dan Ni Kadek Sinarwati (2022) berjudul “Persepsi Mahasiswa Tentang Flexing dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi” menyimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap flexing memiliki pengaruh signifikan terhadap harapan mereka. Persepsi ini juga berdampak signifikan pada minat mahasiswa dalam berinvestasi.

## **2. Pengaruh Fenomena Fomo Terhadap Sikap Investasi Gen Z di Kota Purwokerto**

Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel independen dan analisis pada tabel uji t, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel fomo ( $X_2$ ) terhadap sikap ( $Y$ ) sebesar 7,553, yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $7,553 > 1,966$ ). Tingkat signifikansi yang dihasilkan adalah 0,000, lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa fenomena fomo memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap investasi generasi Z di Purwokerto. Dengan demikian, hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa fenomena fomo berpengaruh signifikan terhadap sikap investasi generasi Z di Purwokerto dapat diterima.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa variabel fomo sesuai dengan teori pada penelitian ini yaitu *teori behavioural finance* yang menyatakan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi fenomena fomo dengan sikap investasi. Fomo disini muncul dari kebutuhan psikologis dan kebutuhan individu untuk mengikuti tindakan orang lain dalam berinvestasi.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seseorang berinvestasi dipengaruhi oleh fomo. Fenomena fomo berpengaruh terhadap sikap investasi maka dapat dipahami bahwa sikap seseorang dalam berinvestasi tersebut karena faktor fomo. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan responden, “saya merasa terdorong untuk berinvestasi dalam aset tertentu setelah melihat hasil investasi orang lain” dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap orang mempunyai anggapan masing-masing mengenai risiko tidaklah sama.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa fomo memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk pola perilaku investasi seseorang, terutama di era digital. Ketika seseorang melihat orang lain memperoleh keuntungan besar dalam waktu singkat melalui investasi tertentu, maka mereka akan semakin tertarik untuk ikut serta tanpa mempertimbangkan risiko secara mendalam. Akibatnya, banyak yang mengambil keputusan investasi yang impulsif atau kurang terinformasi. Jika dilihat dari sisi positif, fomo sering kali menjadi pintu masuk bagi masyarakat untuk mulai mengenal dunia investasi. Banyak orang yang awalnya tidak tertarik berinvestasi, akhirnya mulai mencari tahu karena merasa tertinggal tren jika dilakukan dengan edukasi yang benar dan keputusan yang bijak (wawancara pribadi, 2024)

Dari hasil pembahasan selaras dengan landasan teologis yang diterapkan pada Al-Qur'an surah Al-Isra ayat 37 :

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya : Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kauketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.

Ayat ini mengajarkan pentingnya memiliki pengetahuan sebelum bertindak, termasuk dalam hal investasi. Keputusan yang tergesa-gesa karena takut ketinggalan fomo sering kali terjadi karena

kurangnya pemahaman. Dalam Islam, keputusan, termasuk dalam berinvestasi, harus didasarkan pada ilmu, kehati-hatian, dan pengendalian diri. Sikap fomo yang mendorong keputusan impulsif bertentangan dengan prinsip ini. Oleh karena itu, umat Islam dianjurkan untuk memperkuat keyakinan, menambah pengetahuan, dan bersikap sabar dalam menghadapi peluang investasi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Said Mazruk et al. (2023), yang mengungkapkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan fomo terhadap keputusan investasi. Dalam penelitian tersebut, literasi keuangan dikaitkan dengan kemampuan kognitif individu, termasuk kurang matangnya pertimbangan dan persiapan, yang memengaruhi perilaku mereka dalam aktivitas keuangan, terutama dalam investasi saham.

### **3. Pengaruh Fenomena Flexing Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Yang Dimoderasi Dengan Aspek Prudential**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel moderasi  $X1\_Z$  (flexing\_aspek prudential) memberikan nilai koefisien 0,331 dengan tingkat signifikansi 0,548 lebih besar dari 0,05 ( $0,548 > 0,05$ ). Hal tersebut membuktikan bahwa aspek prudential tidak mampu memoderasi pengaruh fenomena flexing terhadap sikap investasi generasi z di purwokerto. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) ditolak.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kehati-hatian yang tinggi pun tidak dapat mempengaruhi maraknya fenomena flexing pada sikap investasi generasi z di Purwokerto. Berdasarkan hasil kuisioner gen z cenderung terlebih dahulu mencari informasi mengenai prospek investasi yang akan digunakan untuk memastikan kebenarannya, tetapi ada faktor lain dalam jiwa gen z juga memiliki sikap yang labil dalam mengambil keputusan tanpa mempertimbangkan resiko yang diambil. Hal ini sejalan dengan teori

Robbins dan Judge tentang persepsi risiko, yang menjelaskan bahwa persepsi adalah cara seseorang menyesuaikan dan membentuk pandangan untuk memahami suatu hal. Proses ini melibatkan interpretasi informasi yang diterima mengenai risiko yang akan diambil oleh seorang investor. Dalam pengambilan keputusan, persepsi risiko memegang peranan penting dalam memengaruhi perilaku manusia.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lisa Ade Justica, Darmawan, dan Teuku Muttaqin (2023), yang menunjukkan bahwa prinsip kehati-hatian berperan penting dalam mendukung Bank BTN dalam mengelola risiko, mengurangi utang, dan menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Beberapa faktor yang menyebabkan kegagalan program KRING meliputi penyalahgunaan kredit oleh nasabah, alokasi kredit yang tidak jelas, niat buruk nasabah, lemahnya pengawasan bank dari tahap pengajuan hingga pencairan, serta persaingan dengan bank lain. Selanjutnya, penelitian oleh Nirwan Efendy Tanjung (2022) mengungkapkan bahwa prinsip kehati-hatian perbankan mengharuskan perusahaan asuransi untuk menginvestasikan dana nasabah secara cermat guna menjaga kepercayaan nasabah dan meminimalkan risiko kerugian.

#### **4. Pengaruh Fenomena Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Yang Dimoderasi Dengan Aspek Prudential**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel moderasi  $X2\_Z$  memberikan nilai koefisien  $-0,012$  dengan tingkat signifikansi  $0,666$  lebih besar dari  $0,05$  ( $0,666 > 0,05$ ). Hal tersebut membuktikan bahwa aspek prudential tidak mampu memoderasi pengaruh fenomena fomo terhadap sikap investasi generasi z di purwokerto. Dengan demikian hipotesis keempat ( $H4$ ) ditolak.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kehati-hatian

yang tinggi pun tidak dapat mempengaruhi maraknya fenomena fomo pada sikap investasi generasi z di Purwokerto. Meskipun aspek kehati-hatian dapat berperan dalam memengaruhi keputusan yang diambil serta tindakan individu, kecenderungannya sering kali mengarah pada dorongan untuk berinvestasi. Namun aspek prudential tidak mampu memoderasi pengaruh fenomena fomo terhadap sikap berinvestasi pada gen z di purwokerto.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa generasi z memiliki kecenderungan untuk mengevaluasi investasi yang dipromosikan oleh figur endorser dengan terlebih dahulu mencari informasi mengenai kebenaran dan validitas investasi tersebut. Sebagai bentuk pembelajaran, masyarakat menunjukkan sikap berhati-hati dalam memilih investasi, antara lain dengan memeriksa informasi melalui portal resmi, memastikan legalitasnya, serta menghindari investasi yang memiliki risiko tinggi dan ketidakpastian dalam pembagian hasil (wawancara pribadi, 2024).

Fenomena fomo dalam investasi sering kali membuat gen z tergesa-gesa mengambil keputusan tanpa analisis yang matang Hal ini tidak sesuai dengan nilai-nilai dalam Islam, yang mengajarkan bahwa mengelola harta harus dilakukan dengan bijak dan penuh tanggung jawab. Investasi yang didasarkan pada fomo sering kali diwarnai oleh emosi, ketakutan ketinggalan peluang, atau tekanan sosial.

Seseorang harus memastikan bahwa keputusan investasi tidak membahayakan kestabilan finansial keluarga. fomo dapat mendorong seseorang mengambil risiko besar tanpa mempertimbangkan potensi kerugian, yang pada akhirnya dapat mengganggu kesejahteraan keluarga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi dari Alvi Choiriah (2024), yang menemukan bahwa FOMO tidak berpengaruh pada sikap investasi mahasiswa. Dengan kata lain, faktor kehati-hatian (prudential) tidak berhasil mengurangi dampak flexing terhadap sikap

investasi mahasiswa. Namun, faktor ini tetap berperan dalam melemahkan atau mengurangi pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi mereka.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian terkait pengaruh fenomena flexing dan fomo terhadap sikap investasi masyarakat dengan aspek prudential sebagai variabel moderasi pada generasi z di purwokerto, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Variabel fenomena flexing berpengaruh positif terhadap sikap investasi pada generasi z di purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan nilai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,169 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari toleransi kesalahan yang telah ditetapkan ( $0,002 < 0,05$ ).
2. Variabel fenomena fomo berpengaruh terhadap sikap investasi pada generasi z di purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan nilai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,553 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari toleransi kesalahan yang telah ditetapkan ( $0,000 < 0,05$ ).
3. Variabel aspek prudential tidak memoderasi pengaruh fenomena flexing terhadap sikap investasi pada generasi z di purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,331 dengan nilai signifikansi sebesar 0,548 lebih besar dari toleransi kesalahan yang telah ditetapkan ( $0,548 > 0,05$ ).
4. Variabel aspek prudential tidak memoderasi pengaruh fenomena fomo terhadap sikap investasi pada generasi z di purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,012 dengan nilai signifikansi sebesar 0,666 lebih besar dari toleransi kesalahan yang telah ditetapkan ( $0,666 > 0,05$ ).

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pengajuan hipotesis, analisis dan keterbatasan, maka beberapa saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Bagi Investor**

Harapannya para investor lebih melek akan literasi keuangan khususnya didalam memanajemen keuangan untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan di masa yang akan datang.

### **2. Bagi Masyarakat**

Disarankan lebih berhati-hati dalam terhadap fenomena flexing dan fomo yang mempromosikan produk investasi dan lebih cermat dalam memilih investasi

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat meneliti terkait minat dan keinginan masyarakat dalam menggunakan investasi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aminatuzzahra. (2014). Persepsi Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Sosial Demografi Terhadap Perilaku Keuangan Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Individu (Studi Kasus Pada Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Diponegoro). *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(2), 70–96.
- Arsyad, J. H. (2022). Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *Jurnal Cakrawala Informasi*, 2(1), 10–28. <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>
- Chandra, E., & Mutiara, M. W. (2022). Dampak Stimulus-Respon Konsumen Terhadap Maraknya Gaya Visual Iklan Flexing Produk Binomo Budi Setiawan. *Seri Seminar Nasional Ke-IV Universitas Tarumanagara Tahun 2022 (SERINA IV UNTAR 2022) Pemberdayaan Dan Perlindungan Konsumen Di Era Ekonomi Digital*, 471–480.
- Dikky Wulandari, M. S. B. (2020). HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON DENGAN MATERIALISME PADA PELAJAR SMK X DI KOTA KEDIRI. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 07, 121–133.
- Fakhri, N. (2017). Konsep Dasar Dan Implikasi Teori Perbandingan Sosial. *Jurnal Psikologi TALENTA*, 3(1), 10. <https://doi.org/10.26858/talenta.v3i1.13066>
- Goffman, E. (1959). The Moral Career of the Mental Patient. *Psychiatry*, 22(2), 123–142. <https://doi.org/10.1080/00332747.1959.11023166>
- Hidayati, A. N. (2017). Investasi: Analisis Dan Relevansinya Dengan Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 227–242.
- Ika Novita Yulianti, & Nani Hartati. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Generasi Z Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 608–613. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.575>
- Khayati, N., Apriliyanti, D., Nastacia Sudiana, V., Setiawan, A., & Pramono, D. (2022). Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural. *Jurnal Sosialisasi*, 9, 113–121.
- Kusaini, U. N., Wulandari, L., Raja, R., Guk, G., Dwi, B., Cahya, I., Regilsa, M., Anggraini, D., Oktaviana, V., Lubis, M. A., Konseling, B., & Jambi, U. (2024). *Perilaku Fear Of Missing Out ( Fomo ) Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok*. 4, 5104–5114.
- Lestari, R. I., & Arifin, Z. (2022). Godaan Praktik Binary Option Berkedok

- Investasi Dan Trading. *Jurnal Ius Constituendum*, 7(1), 19.  
<https://doi.org/10.26623/jic.v7i1.4875>
- Lubis, H. (2023). Tingkat Pemahaman Generasi Z terhadap Wakaf Uang di Kota Pekanbaru. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 71–86.  
<https://doi.org/10.24090/ej.v11i1.7131>
- Murjana, K. P. O., & Sinarwati, N. K. (2022). Persepsi Mahasiswa tentang Flexing dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13, 837–844.
- Mustamin, Y. (2022). Fenomena Flaxing Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Kodifikasia*, 16(2), 412–427. <https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v16i2.4899>
- Napitupulu SS, R. (2022). *Outer Beauty Vs Inner Beauty*. 22–41.
- Pohan, S., Munawwarah, P., & Sinuraya, J. S. B. (2023). Fenomen Flexing di Media Sosial dalam Menaikkan Popularitas Diri sebagai Gaya Hidup. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(2), 490–493.  
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>
- Pradnyawati, N. L. P. ., & Sinarwati, N. . (2022). Analisis Keputusan Investasi Pada Generasi Millennial di Pasar Modal Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–10.
- Rahmanto, A., & Iryo, O. H. (2022). a. Flexing Dan Konsumerisme (Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa Di Surabaya). *Inovasi Manajemen Dan Kebijakan Publik*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.54980/imkp.v5i1.203>
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Rusdianti. (2024). *PENGARUH FENOMENA FLEXING dan FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP SIKAP INVESTASI MAHASISWA DENGAN ASPEK PRUDENTIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa di Bandar Lampung)*.
- Sari, S. (2019). LITERASI MEDIA PADA GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITAL. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 6(2), 30–42.
- Sarwoko, E. (2018). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 147–164.
- Shine Al Anjuwi, Vensy Alaisyahda, & Tira Novita Sari. (2024). Pandangan Hukum Islam Terhadap Fenomena Flexing di Media Sosial. *Al-Ittishol:*

*Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1), 38–55.  
<https://doi.org/10.51339/ittishol.v5i1.1506>

Sulistiyowati, W. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Komputer*, 14(1), 15–31.  
<https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>

Susanto, I., Mukri, M., & Bahrudin, M. (2024). *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam ISSN : 2579-6208 ( Online ) The Influence of Lifestyle and Trust in the Use of Shopee Paylater Services on Consumer Behavior in the Maqashid Sharia Perspective ( Study on Students of UIN Raden Intan Lampung )*. 12(June), 85–100.

Talal Alquraan, Ahmad Alqisie, A. A. S. (2016). "Do Behavioral Finance Factors Influence Stock Investment Decisions of Individual Investors? (Evidences from saudi stock market). *American Internastional Journal of Contemporary*, 28(2), 159–169. <https://doi.org/10.4234/jjoffamilysociology.28.250>

Wawan Supriyana. (2024). *Pengaruh Persepsi Risiko , Persepsi Kemudahan , dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli di E-Commerce Tokopedia di Tangerang Selatan*. 495–508.

Wijaya. (2023). *Fenomena Flexing Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Gen Z di Bandar Lampung*. 5, 1–14.  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>

Windyaningrum, R., Nurullita, A., Aziz, H. A., & Nurfaizy, R. (2022). Analisis Isi Pesan Flexing pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz. *Indonesian Journal of Social and Education*, 1(1), 8–17.

Yanti, W. R., Dzulkirom, & Farah, D. (2013). Penerapan Prudential Banking Sebagai Upaya Meminimalisir Risiko Kredit Bermasalah pada Kredit Usaha Rakyat ( KUR ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1).

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

#### ANALISIS PENGARUH FENOMENA FLEXING DAN FOMO TERHADAP SIKAP INVESTASI MASYARAKAT DENGAN ASPEK PRUDENTIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi pada Generasi Z di Kota Purwokerto)

Responden yang terhormat, Perkenalkan saya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Program Studi Perbankan Syariah. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Fenomena *Flexing* dan Fomo Terhadap Sikap Investasi Masyarakat Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Generasi Z di Kota Purwokerto)**" Saya mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner.

Berikut adalah kuesioner penelitian yang saya berikan, mohon kepada saudara/i untuk mengisi kuesioner sesuai dengan apa yang terjadi dan dengan sejujur – jujur nya. Jawaban yang saudara/i berikan akan terjaga keamanan dan kerahasiaanya. Dan jawaban yang saudara/i berikan kepada saya tidak berpengaruh terhadap saudara/i karena ini hanya merupakan penelitian yang dilakukan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi saya.

Atas kesediaannya saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,



Asti Rohana

### A. Identitas Responden

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini, mohon kesediaan Saudara/i mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang Saudara/i berikan akan diperlakukan secara aman dan rahasia).

- Nama Responden :  
Jenis Kelamin : a. Laki  
b. Perempuan  
Usia : a. 17-21  
b. 22-26  
Alamat Domisili :  
a. Purwokerto Utara  
b. Purwokerto Timur  
c. Purwokerto Selatan  
d. Purwokerto Barat

### B. PENILAIAN RESPONDEN

Petunjuk : Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut Saudara/i dengan memberikan tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

- Keterangan :  
STS (1) : Sangat Tidak Setuju  
TS (2) : Tidak Setuju  
N (3) : Netral  
S (4) : Setuju  
SS (5) : Sangat Setuju

#### Fenomena Flexing ( $X_1$ )

No	Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
	<b>Kesamaan Harapan (Similarity)</b>					
1.	Figur endorser menunjukkan keberhasilan investasinya sehingga saya termotivasi					

	ingin sukses juga.					
2.	Latar belakang hidup yang dipamerkan membuat saya tertantang untuk mencoba berinvestasi.					
	<b>Upaya Membangun Kredibilitas</b>					
3.	endorser menggunakan flexing terkait investasi sebagai taktik untuk mempromosikan produk investasi tertentu					
4.	Saya merasa figure endorser menunjukkan keberhasilan investasi di media sosial sekaligus untuk tujuan edukasi dalam berinvestasi					
5.	saya merasa menunjukkan keberhasilan investasi di media sosial adalah bagian dari personal branding yang penting					

**Fenomena Fomo (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
	<b>Ketakutan dan Kecemasan</b>					
1.	saya merasa terdorong untuk berinvestasi dalam aset tertentu setelah melihat hasil investasi orang lain					
2.	Sebelum berinvestasi saya mengukur tingkat risiko agar meminimalisir terjadinya kerugian.					
	<b>Ketertarikan</b>					
3.	Menurut saya besar pengaruh postingan investasi endorser terhadap persepsi keuntungan yang bisa diperoleh dari investasi					
4.	Saya tertarik untuk berinvestasi untuk mencapai masa depan yang lebih baik.					

5.	endorser yang mengunggah konten investasi membuat saya mencari tahu lebih jauh tentang investasi					
----	--	--	--	--	--	--

**SIKAP INVESTASI (Y)**

No	Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
	<b>Kepercayaan (Mempercayai)</b>					
1.	Menurut saya investasi sangat penting dalam mencapai tujuan finansial jangka Panjang					
2.	Saya percaya terhadap promosi yang dilakukan oleh figur endorser setelah melihat kesuksesan figure endorser.					
	<b>Persepsi (Menafsirkan)</b>					
3.	Saya merasa peran media sosial sangat besar dalam mempengaruhi sikap investasi					
4.	Saya mempertimbangkan lingkungan dalam memilih investasi					
5.	Saya mencari tahu panduan atau langkah-langkah berinvestasi sebelum memulai investasi					
	<b>Emosi (Menyukai)</b>					
6.	Dengan pengetahuan investasi, modal minimal yang terjangkau, risiko yang sesuai, kemudahan fasilitas serta promosi yang menarik membuat saya semakin yakin untuk berinvestasi					
7.	Banyaknya informasi mengenai kelebihan investasi membuat saya tertarik untuk melakukan investasi					

**ASPEK PRUDENTIAL (Z)**

No	Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
----	------------	--------------------	------------	------------	-------------------	---------------------------

	<b>Berhati-hati Atas Resiko</b>					
1.	Saya berhati-hati dalam memilih investasi.					
2.	Saya berhati-hati dengan investasi yang beresiko tinggi.					
	<b>Berhati-hati Atas Ketidakpastian</b>					
3.	Saya berhati-hati dengan investasi yang menawarkan return tinggi namun tidak pasti.					
4.	Saat berinvestasi saya mencari informasi tentang produk investasi di portal resmi.					
5.	Saya selalu memverifikasi bahwa investasi yang akan saya gunakan sudah terdaftar resmi.					

### Lampiran 2 Data Penelitian

Fenomena Flexing (X1)					Fenomena Fomo (X2)					Sikap Investasi (Y)							Aspek Prudential (Z)					
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Z	Z	Z	Z	Z
1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	
3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	3	3	3	3	3	
5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	5	1	3	5	3	5	3	
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	1	4	5	3	3	5	3	
4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	5	5	4	4	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	
4	2	3	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	
3	3	3	5	5	4	5	5	3	4	3	3	5	4	3	5	3	5	5	3	3	3	
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
4	2	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	
3	3	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	
4	4	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	2	2	3	4	5	3	4	5	3	4	
5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	

4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	1	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	3	3
3	5	2	3	4	3	4	2	5	3	5	2	4	4	2	5	4	5	5	4	4	4
4	5	2	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	4	3	5	3	5	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5
3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	3	3	3	5	5
4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	2	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	1	5	4	5	5	4	4
4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	3	3	2	5	3	3	3	3	2	4	4	5	2	2	5	5	5	3	4
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
2	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4
4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	1	3	4	4	5	5	4	3	5	4	3	3
4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	4	5	4	5	4	5
1	5	2	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	1	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	5	3	4	4	1	4	4	5	5	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	5	5	5	5
3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3
5	3	3	4	4	4	5	2	4	3	5	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4
5	4	4	3	5	1	5	3	5	5	4	3	4	4	5	3	2	4	4	4	3	3
3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3	2	5	3	5	4	4	4	5	4	1	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3
4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3
5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	1	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4

4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	3	3	3	1	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	5	5	5	4	5
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
2	2	5	5	5	2	3	2	4	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	5	1	4	4	4	4	4
3	3	5	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5
2	2	5	5	5	3	3	2	5	3	5	3	4	3	3	1	4	3	4	4	3	2
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	2	1	5	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	2	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	4	3	4	4	4	3	3
5	5	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	3	5	3	4	3	4	4	4	3	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5
4	4	5	5	5	3	4	3	3	4	5	5	5	1	1	4	5	4	4	5	5	5
3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5
3	4	3	4	5	2	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	2	2
3	4	2	5	5	3	4	4	4	3	5	3	5	3	4	3	3	3	3	3	5	5
4	4	2	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5
3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4
3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5

4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4
4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	4	
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	
4	5	3	3	3	4	3	4	5	3	5	3	4	4	5	3	3	5	3	5	
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	3	
3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	5	5	4	
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	
5	3	5	3	4	3	4	3	4	3	5	1	5	4	5	3	3	3	3	3	
4	4	4	3	3	3	5	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	
4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	
4	4	4	4	4	4	4	3	5	2	4	1	3	4	5	4	4	4	4	3	
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	
4	5	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	3	4	5	4	2	5	4	5	
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	
2	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	
4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	5	5	5	
3	4	3	3	4	5	1	5	5	2	5	5	5	1	5	5	1	2	5	5	
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	
4	4	3	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	
4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	
4	3	3	4	4	5	5	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	5	5	4	5	3	4	4	4	3	5	4	3	5	5	3	4	5	5	4	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	
5	4	3	5	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	
5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	5	3	5	3	3	3	3	4	



4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	1	4	4	4	2
3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	
3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	
4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	
5	5	5	5	5	1	5	2	5	5	5	1	5	2	5	2	3	5	2	5	
3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	
5	5	3	5	3	5	5	4	5	3	5	4	3	5	3	3	3	3	4	4	
5	4	1	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	2	5		
3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	3	5	2	3	5		
4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5		
3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5		
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5		
4	4	5	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4		
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4		
4	4	1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5		
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4		
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4		
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4		
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5		
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	3	3	2	5		
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	5	2		
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5		
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	4		
4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5		
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4		
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5		
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4		
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5		
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4		
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5		
5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3		
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4		

4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5	3	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	3	3	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4
5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3
4	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5
4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5
4	5	5	5	3	4	3	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
4	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3
5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5

5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4
5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5
2	3	5	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
5	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4
4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	5	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	4	5	4
4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	5	4

5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3
4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3
3	3	3	3	3	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	2	4	3	5
5	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	5
4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
4	3	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	2	3	4	4	3	4	5	3	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	4	2	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	5	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	3
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	2
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4
3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5

2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	5	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	4	3	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	3	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4



### Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

## UJI VALIDITAS

### X1

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Flexing
X1.1	Pearson Correlation	1	,337**	,286**	,257**	,136**	,639**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,007	,000
	N	396	396	396	396	396	396
X1.2	Pearson Correlation	,337**	1	,233**	,267**	,232**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
X1.3	Pearson Correlation	,286**	,233**	1	,186**	,264**	,652**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
X1.4	Pearson Correlation	,257**	,267**	,186**	1	,283**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
X1.5	Pearson Correlation	,136**	,232**	,264**	,283**	1	,609**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,000	,000		,000
	N	396	396	396	396	396	396
Flexing	Pearson Correlation	,639**	,644**	,652**	,611**	,609**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	396	396	396	396	396	396

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### X2

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Fomo
X2.1	Pearson Correlation	1	,120*	,436**	,316**	,203**	,683**
	Sig. (2-tailed)		,017	,000	,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
X2.2	Pearson Correlation	,120*	1	,211**	,195**	,262**	,559**
	Sig. (2-tailed)	,017		,000	,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
X2.3	Pearson Correlation	,436**	,211**	1	,176**	,294**	,675**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
X2.4	Pearson Correlation	,316**	,195**	,176**	1	,221**	,603**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
X2.5	Pearson Correlation	,203**	,262**	,294**	,221**	1	,621**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	396	396	396	396	396	396
Fom o	Pearson Correlation	,683**	,559**	,675**	,603**	,621**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	396	396	396	396	396	396

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Z

Correlations							
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Prudential
Z.1	Pearson Correlation	1	,426**	,454**	,191**	,232**	,684**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
Z.2	Pearson Correlation	,426**	1	,432**	,192**	,243**	,686**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
Z.3	Pearson Correlation	,454**	,432**	1	,242**	,208**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
Z.4	Pearson Correlation	,191**	,192**	,242**	1	,427**	,617**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396
Z.5	Pearson Correlation	,232**	,243**	,208**	,427**	1	,658**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	396	396	396	396	396	396
Pru dent ial	Pearson Correlation	,684**	,686**	,684**	,617**	,658**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	396	396	396	396	396	396

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

# Y

Correlations									
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,237**	,311**	,258**	,198**	,161**	,135**	,559**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,001	,007	,000
	N	396	396	396	396	396	396	396	396
Y.2	Pearson Correlation	,237**	1	,229**	,203**	,083	,295**	,247**	,587**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,097	,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396	396	396
Y.3	Pearson Correlation	,311**	,229**	1	,230**	,287**	,233**	,146**	,585**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,004	,000
	N	396	396	396	396	396	396	396	396
Y.4	Pearson Correlation	,258**	,203**	,230**	1	,284**	,218**	,272**	,599**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396	396	396
Y.5	Pearson Correlation	,198**	,083	,287**	,284**	1	,165**	,168**	,543**
	Sig. (2-tailed)	,000	,097	,000	,000		,001	,001	,000
	N	396	396	396	396	396	396	396	396
Y.6	Pearson Correlation	,161**	,295**	,233**	,218**	,165**	1	,233**	,588**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,001		,000	,000
	N	396	396	396	396	396	396	396	396
Y.7	Pearson Correlation	,135**	,247**	,146**	,272**	,168**	,233**	1	,560**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,004	,000	,001	,000		,000
	N	396	396	396	396	396	396	396	396
Y	Pearson Correlation	,559**	,587**	,585**	,599**	,543**	,588**	,560**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	396	396	396	396	396	396	396	396

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

### UJI RELIABILITAS

**X1**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,620	5

**X2**

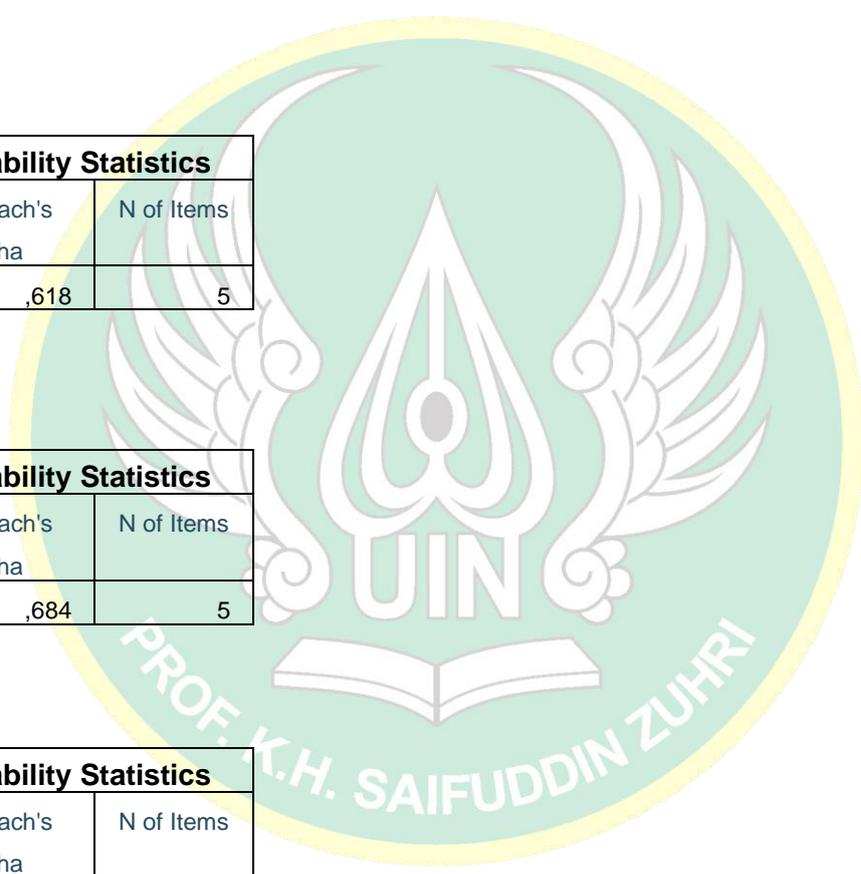
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,618	5

**Z**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,684	5

**Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,658	7



### Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		396
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,78906854
Most Extreme Differences	Absolute	,039
	Positive	,032
	Negative	-,039
Test Statistic		,039
Asymp. Sig. (2-tailed)		,161 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

### Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Flexing	,956	1,046
	Fomo	,958	1,044
	Prudential	,999	1,001

a. Dependent Variable: Investasi

### Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,623	1,367		1,187	,236
	Flexing	,043	,044	,050	,982	,327
	Fomo	,034	,047	,038	,739	,461
	Prudential	-,050	,039	-,066	-1,307	,192

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,237	1,807		6,771	,000
	Flexing	,221	,070	,149	3,169	,002
	Fomo	,557	,074	,355	7,553	,000

a. Dependent Variable: Investasi

### Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,237	1,807		6,771	,000
	Flexing	,221	,070	,149	3,169	,002
	Fomo	,557	,074	,355	7,553	,000

a. Dependent Variable: Investasi

### Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	631,928	2	315,964	40,169	,000 <sup>b</sup>
	Residual	3091,312	393	7,866		
	Total	3723,240	395			
a. Dependent Variable: Investasi						
b. Predictors: (Constant), Fomo, Flexing						

### Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,412 <sup>a</sup>	,170	,165	2,805
a. Predictors: (Constant), Fomo, Flexing				

### Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis (Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,673	11,146		,509	,611
	Flexing	,452	,549	,305	,823	,411
	Fomo	,558	,074	,355	7,568	,000
	Flexing_Prudential	,331	,550	,249	,601	,548
	Fomo_Prudential	-,012	,027	-,244	-,433	,666
a. Dependent Variable: Investasi						

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,418 <sup>a</sup>	,175	,167	2,803
a. Predictors: (Constant), Fomo_Dengan_Prudential, Fomo, Flexing, Prudential				

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Asti Rohana
2. Nim : 2017202145
3. Tempat / Tanggal Lahir : Kebumen, 12 Oktober 2001
4. Alamat Rumah : Jl. Cipedak Raya, Jagakarsa, Jakarta Selatan.
5. Nama Orang Tua
  - a. Nama Ayah : Anthonius Yohanes
  - b. Nama Ibu : Siti Hadiroh
6. E-Mail : astirohana@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK/PAUD : Tk Yasri Jakarta Pusat
  - b. SD/MI : MIT Nurul Iman Depok
  - c. SMP/MTS : MTS Negeri 2 Ciganjur
  - d. SMA/MA : SMK Yaperjasa Jakarta Selatan
  - e. SI : UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Purwokerto, 10 Januari 2025



Asti Rohana  
2017202145

