SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009
Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389
Vol. 9, No. 4, October 2026

Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Pendapatan dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi Emas Generasi Z Wonosobo

Nurul Hilaliyah[1], Dhea Wahyu Devita[2], Lani Triastuti[3], Muhammad Asif Maulana Akbar[4], Dicky Rizkyadi[5]
Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah, Indonesia
dheawahyudevita@gmail.com[2], laniitriastuti@gmail.com[3], asif@unsiq.ac.id[4], dicky@unsiq.ac.id[5]
E-mail Korespondensi : nurulhilaliyah19@gmail.com[1]

Submitted: 13th August 2026 | **Edited**: 30th September 2026 | **Issued**: 01st October 2026
Cited on: Hilaliyah, N., Devita, D. W., Triastuti, L., Akbar, M. A. M., & Rizkyad, D. (2026). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Pendapatan dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi Emas Generasi Z Wonosobo. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 9*(4), 2138-2148.

ABSTRACT

The increasing use of digital financial services has made gold investment more accessible to Generation Z, yet their interest in gold investment may be influenced by different personal and technological factors. This study aims to examine the effects of investment knowledge, investment motivation, income, and technological advancement on the interest of Generation Z in gold investment in Wonosobo Regency. A quantitative research approach was applied using primary data collected through a five-point Likert-scale questionnaire. The study involved 107 Generation Z respondents residing in Wonosobo Regency who were selected through purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS. The findings show that investment knowledge and investment motivation do not have significant effects on gold investment interest, with significance values of 0.126 and 0.122, respectively. In contrast, income has a positive and significant effect ($\beta = 0.355$; $p < 0.001$), as does technological advancement ($\beta = 0.402$; $p < 0.001$). Simultaneously, the four independent variables significantly affect gold investment interest ($F = 51.418$; $p < 0.001$). The adjusted R-square of 0.655 indicates that the model explains 65.5% of the variation in gold investment interest.

Keywords: Investment Knowledge, Investment Motivation, Income, Technological Advancement, Gold Investment Interest

PENDAHULUAN

Investasi emas merupakan salah satu alternatif investasi yang tetap relevan bagi masyarakat karena memiliki karakteristik sebagai aset riil dan dapat digunakan sebagai sarana penyimpan nilai dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Dalam perkembangannya, investasi emas tidak lagi terbatas pada transaksi secara konvensional, tetapi semakin terintegrasi dengan layanan keuangan digital yang memungkinkan masyarakat melakukan pembelian, penyimpanan, dan pemantauan investasi melalui perangkat digital. Penelitian mengenai investasi emas di Indonesia menunjukkan bahwa karakteristik emas, kondisi ekonomi, serta persepsi investor terhadap keamanan dan stabilitas instrumen dapat memengaruhi keputusan investasi (Rahmansyah & Rani, 2021;

Rahma & Canggih, 2021). Perkembangan tersebut menjadi semakin penting ketika dikaitkan dengan Generasi Z yang tumbuh bersama internet, perangkat seluler, dan layanan digital. Pada kelompok ini, akses terhadap informasi dan layanan keuangan berlangsung lebih cepat sehingga teknologi dapat menjadi bagian penting dalam proses pembentukan intensi investasi. Studi Arifin dan Siswanto (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berkaitan dengan perilaku pengambilan keputusan investasi pada kelompok usia muda, sementara Aisa (2021) menemukan bahwa aspek teknologi merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam memahami intensi investasi.

Minat investasi pada Generasi Z tidak terbentuk hanya karena tersedianya instrumen investasi, tetapi dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, motivasi, kemampuan finansial, dan kemudahan teknologi. Pengetahuan investasi memberikan dasar bagi individu untuk memahami karakteristik instrumen, risiko, imbal hasil, serta mekanisme investasi. Namun, hubungan antara pengetahuan dan minat investasi belum menunjukkan hasil yang seragam. Tanuwijaya dan Setyawan (2021) menunjukkan bahwa pengalaman dan literasi keuangan berperan dalam proses pembentukan intensi investasi, sedangkan Khansa dan Hariyanto (2021) menemukan bahwa pemahaman investasi berkaitan dengan hubungan antara literasi keuangan, motivasi, dan minat investasi. Pada sisi motivasi, dorongan untuk mencapai tujuan finansial dapat menjadi pendorong keputusan investasi, tetapi pengaruhnya dapat berbeda menurut karakteristik responden dan jenis investasi yang diteliti. Indraprasta et al. (2023), misalnya, menemukan pengaruh positif motivasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi Generasi Z. Selain faktor psikologis, pendapatan juga memiliki posisi penting karena minat investasi pada akhirnya berkaitan dengan kemampuan individu menyediakan dana setelah memenuhi kebutuhan konsumsi. Temuan Aprayuda dan Misra (2020) memperlihatkan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan kondisi individu dapat memengaruhi keinginan investor muda untuk berinvestasi. Dengan demikian, pengetahuan dan motivasi perlu dipertimbangkan bersama kemampuan finansial ketika menjelaskan minat investasi Generasi Z.

Kemajuan teknologi menjadi faktor lain yang semakin relevan dalam perubahan perilaku investasi Generasi Z. Platform digital dapat menurunkan hambatan akses karena informasi, pembukaan layanan, transaksi, dan pemantauan investasi dapat dilakukan secara lebih praktis. Aisa (2021) menunjukkan bahwa teknologi perlu diperhitungkan dalam menjelaskan intensi investasi, sedangkan Sari et al. (2021) menemukan bahwa kemajuan teknologi bersama motivasi dan pengetahuan dasar investasi merupakan faktor yang berkaitan dengan minat investasi. Penelitian Setiawan et al. (2024) mengenai layanan keuangan digital di Indonesia juga menunjukkan pentingnya perkembangan layanan fintech dalam memperluas akses terhadap layanan keuangan. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, intensi perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Kerangka ini tetap relevan untuk menjelaskan perilaku investasi karena faktor pengetahuan, motivasi, kemampuan finansial, serta kemudahan teknologi dapat berkaitan dengan pembentukan keyakinan dan persepsi individu terhadap kemampuan melakukan investasi. Ajzen (2020) menegaskan kembali relevansi TPB dalam menjelaskan pembentukan intensi dan perilaku, sementara Mulyono (2021) menerapkannya secara khusus dalam konteks keputusan investasi.

Meskipun penelitian mengenai minat investasi Generasi Z di Indonesia telah berkembang, sebagian penelitian terdahulu lebih banyak membahas investasi pasar modal, saham, reksa dana, atau keputusan investasi secara umum. Penelitian mengenai minat investasi emas Generasi Z dalam konteks daerah nonmetropolitan, khususnya Kabupaten Wonosobo, masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik sosial ekonomi,

kemampuan pendapatan, akses teknologi, dan kondisi lingkungan investasi suatu wilayah dapat menghasilkan pola minat investasi yang berbeda. Penelitian Rahma dan Canggih (2021) telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap investasi emas, sedangkan penelitian yang lebih baru mengenai Generasi Z menunjukkan bahwa faktor pengetahuan, pendapatan, teknologi, dan karakteristik perilaku investor perlu dikaji secara lebih spesifik sesuai konteks instrumen dan kelompok responden. Penelitian ini karena itu diarahkan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh pengetahuan investasi, motivasi investasi, pendapatan, dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi emas Generasi Z di Kabupaten Wonosobo. Secara khusus, penelitian ini bertujuan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh masing-masing variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai pembentukan minat investasi emas pada Generasi Z di wilayah tersebut.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang menjelaskan bahwa perilaku individu didahului oleh niat (behavioral intention), sedangkan niat dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Ajzen (2020) menjelaskan bahwa ketiga komponen tersebut merupakan determinan utama intensi, sementara Ajzen dan Kruglanski (2019) menekankan bahwa pembentukan intensi juga berkaitan dengan tujuan yang sedang ingin dicapai individu. Dalam konteks investasi, TPB dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana keyakinan dan persepsi individu berkembang menjadi keinginan untuk melakukan investasi. Bosnjak et al. (2020) juga menunjukkan bahwa TPB tetap relevan digunakan dalam berbagai konteks perilaku dan dapat dikembangkan dengan memasukkan faktor tambahan yang sesuai dengan karakteristik objek penelitian. Oleh karena itu, pengetahuan investasi, motivasi, pendapatan, dan kemajuan teknologi dalam penelitian ini diposisikan sebagai faktor yang dapat berkaitan dengan pembentukan minat atau intensi investasi.

Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi merupakan pemahaman individu mengenai instrumen investasi, tingkat risiko, tingkat pengembalian, serta mekanisme pengambilan keputusan investasi. Setyanta dan Kadi (2020) menemukan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap intensi pembelian saham, terutama ketika investor memiliki pemahaman yang memadai mengenai instrumen yang akan dipilih. Temuan Li et al. (2020) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat meningkatkan kemampuan individu dalam memahami dan membandingkan aset keuangan sehingga memengaruhi pilihan portofolio. Dalam konteks Indonesia, Fadli dan Wijayanto (2020) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Berdasarkan TPB, pengetahuan dapat membentuk keyakinan yang selanjutnya memengaruhi sikap individu terhadap investasi. Dengan demikian, semakin baik pengetahuan investasi yang dimiliki, semakin besar kemungkinan individu memiliki minat untuk melakukan investasi emas.

Motivasi Investasi

Motivasi investasi merupakan dorongan yang menyebabkan individu terdorong untuk melakukan investasi guna mencapai tujuan tertentu, baik tujuan finansial maupun tujuan lain yang dianggap penting. Dalam perspektif perilaku, motivasi tidak hanya berkaitan dengan keinginan memperoleh keuntungan, tetapi juga dengan proses pencapaian tujuan yang dimiliki individu. Ajzen dan Kruglanski (2019) menjelaskan

bahwa pembentukan intensi berkaitan dengan motivasi untuk melakukan suatu tindakan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Penelitian Sun dan Lestari (2022) menunjukkan bahwa motivasi investasi memiliki hubungan positif dengan keputusan investasi, bersama dengan pengetahuan investasi dan pendapatan. Sementara itu, Adil dan Singh (2022) memperlihatkan bahwa faktor psikologis dan tingkat literasi keuangan dapat membentuk cara investor mengambil keputusan. Dengan demikian, semakin kuat dorongan individu untuk mencapai tujuan melalui investasi, semakin besar kecenderungannya untuk memiliki minat investasi.

Pendapatan

Pendapatan merupakan sumber daya ekonomi yang menentukan kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan sekaligus menyediakan dana untuk tujuan keuangan lainnya, termasuk investasi. Safryani et al. (2020) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan investasi, menunjukkan bahwa kondisi finansial merupakan salah satu pertimbangan penting dalam menentukan alokasi dana. Kristanto dan Gusaptono (2020) juga menjelaskan bahwa keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi aspek pengetahuan, tetapi berkaitan dengan kondisi finansial dan perilaku individu. Dalam konteks Generasi Z, pendapatan atau uang yang tersedia dapat menentukan sejauh mana seseorang memiliki ruang finansial untuk mengalokasikan sebagian sumber dayanya ke investasi. Oleh karena itu, semakin besar pendapatan yang tersedia setelah kebutuhan utama terpenuhi, semakin besar pula peluang individu menunjukkan minat terhadap investasi emas.

Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi mengubah cara individu memperoleh informasi, mengakses produk keuangan, melakukan transaksi, dan memantau investasi. Junianto et al. (2020) menunjukkan bahwa perkembangan fintech menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan investasi karena memberikan kemudahan akses terhadap layanan keuangan. Setyanta dan Kadi (2020) juga menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan intensi pembelian saham. Dalam kerangka TPB, kemudahan yang diberikan teknologi dapat berkaitan dengan perceived behavioral control, karena individu merasa memiliki kemampuan dan kesempatan yang lebih besar untuk melakukan investasi. Perkembangan teknologi dengan demikian dapat mengurangi hambatan transaksi dan meningkatkan kemudahan akses investasi bagi Generasi Z.

Minat Investasi

Minat investasi merupakan kecenderungan individu untuk mencari informasi, mempertimbangkan suatu instrumen, dan memiliki keinginan untuk melakukan investasi. Minat dapat dipandang sebagai bentuk intensi sebelum seseorang merealisasikan perilaku investasi. Arifah dan Dalimunthe (2020) menunjukkan bahwa karakteristik literasi keuangan berkaitan dengan keputusan individu untuk berpartisipasi dalam bentuk investasi baru, sedangkan Fadli dan Wijayanto (2020) memperlihatkan bahwa faktor keuangan dapat berhubungan dengan minat investasi. Dengan demikian, minat investasi emas dalam penelitian ini dipahami sebagai kecenderungan Generasi Z untuk mengetahui, mempertimbangkan, dan memiliki keinginan melakukan investasi emas berdasarkan persepsi terhadap manfaat, kemampuan finansial, serta kemudahan akses yang tersedia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori untuk menguji pengaruh pengetahuan investasi, motivasi investasi,

pendapatan, dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi emas Generasi Z di Kabupaten Wonosobo. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Wonosobo. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penggunaan teknik ini dipertimbangkan karena penelitian memerlukan responden dengan karakteristik khusus yang relevan dengan objek penelitian; Campbell et al. (2020) menjelaskan bahwa purposive sampling memungkinkan peneliti menyesuaikan karakteristik sampel dengan tujuan dan fokus penelitian sehingga proses pemilihan responden menjadi lebih terarah. Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Wonosobo, berusia 15-27 tahun, mengetahui atau pernah memperoleh informasi mengenai investasi, memiliki akses terhadap teknologi digital, serta memiliki pendapatan atau uang saku. Berdasarkan penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian, diperoleh kebutuhan minimum sekitar 100 responden dan dalam pelaksanaannya terkumpul 107 responden. Seluruh kuesioner yang diterima dapat diolah sehingga tidak terdapat data responden yang dikeluarkan dari analisis. Data penelitian merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima tingkat. Variabel independen terdiri atas pengetahuan investasi (X1), motivasi investasi (X2), pendapatan (X3), dan kemajuan teknologi (X4), sedangkan variabel dependen adalah minat investasi emas (Y). Penggunaan kriteria responden tersebut dimaksudkan agar data yang diperoleh berasal dari individu yang memiliki karakteristik sesuai dengan konteks penelitian dan memiliki pengalaman atau pengetahuan awal mengenai investasi.

Data yang terkumpul dianalisis secara bertahap menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi dengan bantuan IBM SPSS. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen mampu mengukur konstruk penelitian secara memadai dan konsisten, sedangkan pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum interpretasi model regresi. Selanjutnya, regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh pengetahuan investasi, motivasi investasi, pendapatan, dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi emas, baik secara parsial maupun simultan. Model penelitian dirumuskan sebagai $Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + \beta4X4 + \varepsilon$. Pengujian hipotesis dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Karena penelitian menggunakan purposive sampling, hasil penelitian terutama ditujukan untuk menjelaskan karakteristik hubungan antarvariabel pada responden yang memenuhi kriteria penelitian di Kabupaten Wonosobo dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan secara langsung kepada seluruh populasi Generasi Z tanpa mempertimbangkan karakteristik sampel, sebagaimana ditegaskan Andrade (2021) bahwa temuan dari sampel nonprobabilitas perlu dibatasi pada populasi atau karakteristik yang menjadi dasar pemilihan sampel. Temuan penelitian selanjutnya diinterpretasikan dengan mempertimbangkan hasil pengujian statistik dan kesesuaian dengan tujuan penelitian.

HASIL PENELITIAN

Data dan Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 107 responden Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Wonosobo dan seluruh kuesioner dapat digunakan dalam analisis. Berdasarkan karakteristik pekerjaan, sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa, yaitu

72 orang (67,29%), sedangkan 17 orang (15,89%) bekerja sebagai pegawai, 8 orang (7,48%) sebagai wirausaha, dan 10 orang (9,36%) memiliki pekerjaan lainnya. Kelompok usia 21-25 tahun merupakan kelompok responden yang paling dominan. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa data penelitian terutama merepresentasikan Generasi Z yang masih berada pada tahap pendidikan atau awal memasuki dunia kerja, sehingga karakteristik pendapatan dan pengalaman investasi perlu dipertimbangkan ketika menginterpretasikan minat investasi emas.

Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata seluruh variabel berada di atas rata-rata teoritis sebesar 12. Pengetahuan investasi memiliki nilai rata-rata 14,5701, motivasi investasi 16,3925, pendapatan 14,8224, kemajuan teknologi 16,2150, dan minat investasi 15,4206. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian relatif tinggi terhadap seluruh konstruk yang diteliti. Nilai rata-rata yang relatif tinggi pada minat investasi menunjukkan adanya kecenderungan positif responden terhadap investasi emas, sedangkan tingginya persepsi terhadap kemajuan teknologi mengindikasikan bahwa akses dan penggunaan teknologi telah menjadi bagian yang cukup dekat dengan aktivitas finansial responden. Temuan ini relevan dengan karakteristik Generasi Z yang relatif akrab dengan layanan keuangan digital.

Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,001 sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas juga menunjukkan nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel berada di atas 0,700, sehingga instrumen memiliki konsistensi internal yang memadai. Selanjutnya, pengujian asumsi klasik menunjukkan residual berdistribusi normal dengan nilai signifikansi 0,076. Nilai VIF seluruh variabel berada di bawah 10 sehingga tidak terdapat indikasi multikolinearitas. Pengujian Glejser menghasilkan nilai signifikansi seluruh variabel di atas 0,05, sehingga model tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya pengujian tersebut, model regresi dapat digunakan untuk menguji hubungan antara pengetahuan investasi, motivasi investasi, pendapatan, dan kemajuan teknologi dengan minat investasi emas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	B	Beta	t	Sig.	Keterangan
Konstanta	-0,346	-	-0,305	0,761	-
Pengetahuan investasi	0,124	0,113	1,543	0,126	Tidak signifikan
Motivasi investasi	0,134	0,132	1,561	0,122	Tidak signifikan
Pendapatan	0,355	0,326	3,933	<0,001	Tidak signifikan
Kemajuan teknologi	0,402	0,399	5,331	<0,001	Tidak signifikan

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Hasil analisis regresi menghasilkan persamaan :

$$Y = -0{,}346 + 0{,}124X1 + 0{,}134X2 + 0{,}355X3 + 0{,}402X4 + \varepsilon$$

Secara parsial, pengetahuan investasi memiliki arah pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat investasi emas, sedangkan motivasi investasi juga menunjukkan arah positif namun tidak signifikan. Sebaliknya, pendapatan dan kemajuan teknologi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi emas. Dengan demikian, hipotesis pertama dan kedua tidak memperoleh dukungan empiris, sedangkan hipotesis ketiga dan keempat didukung oleh data penelitian. Secara simultan,

seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,655 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 65,5% variasi minat investasi emas, sedangkan 34,5% lainnya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Emas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan investasi belum menjadi faktor yang secara statistik menentukan minat investasi emas Generasi Z di Kabupaten Wonosobo. Meskipun koefisiennya menunjukkan arah positif, pengetahuan yang dimiliki responden belum cukup kuat untuk membentuk perbedaan minat investasi secara signifikan. Temuan ini memperlihatkan bahwa mengetahui konsep investasi, risiko, dan tingkat pengembalian belum tentu langsung diterjemahkan menjadi keinginan untuk berinvestasi. Dalam konteks Generasi Z, pengetahuan dapat menjadi dasar pembentukan pertimbangan, tetapi keputusan untuk tertarik pada investasi emas juga membutuhkan dukungan kondisi finansial dan kemudahan akses.

Temuan tersebut berbeda dengan Nisa dan Hidayati (2022) yang menemukan bahwa pengetahuan investasi merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan minat Generasi Z untuk berinvestasi. Penelitian tersebut menggunakan konteks pasar modal syariah dan menunjukkan bahwa pengetahuan, motivasi, risiko, serta kemajuan teknologi perlu dilihat secara bersama dalam memahami minat investasi Generasi Z. Perbedaan hasil dapat menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan tidak selalu bersifat universal, melainkan dapat dipengaruhi oleh jenis instrumen investasi, karakteristik responden, dan konteks wilayah. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada temuan bahwa pada konteks investasi emas Generasi Z Wonosobo, pengetahuan saja belum cukup menjadi pendorong utama minat investasi. Dalam perspektif TPB, kondisi tersebut dapat dipahami karena pengetahuan merupakan salah satu sumber pembentukan keyakinan, sedangkan intensi tetap dipengaruhi oleh faktor lain yang berkaitan dengan kontrol perilaku dan kondisi aktual individu.

Pengaruh Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi Emas

Motivasi investasi juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi emas. Temuan ini mengindikasikan bahwa dorongan untuk memperoleh keuntungan, mencapai tujuan finansial, atau mengikuti perkembangan investasi belum secara otomatis menghasilkan minat yang lebih tinggi terhadap emas. Bagi responden yang sebagian besar masih berstatus pelajar atau mahasiswa, dorongan untuk berinvestasi dapat berhadapan dengan keterbatasan sumber daya sehingga motivasi belum cukup kuat untuk diwujudkan menjadi minat investasi yang lebih tinggi.

Hasil tersebut berbeda dengan Nisa dan Hidayati (2022), yang menemukan bahwa motivasi menjadi salah satu faktor yang berhubungan dengan minat investasi Generasi Z. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa kekuatan motivasi dapat bergantung pada kondisi yang menyertai individu. Pada penelitian ini, pendapatan justru terbukti menjadi faktor yang signifikan. Hal tersebut memberikan indikasi bahwa dorongan psikologis untuk berinvestasi perlu didukung kemampuan finansial agar dapat menjadi kecenderungan investasi yang lebih nyata. Temuan ini memperkaya penelitian terdahulu dengan menunjukkan bahwa motivasi tidak selalu berdiri sendiri sebagai penentu minat investasi, khususnya ketika responden memiliki karakteristik sosial ekonomi yang beragam.

Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Investasi Emas

Pendapatan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi emas. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan ekonomi merupakan pertimbangan yang lebih konkret bagi Generasi Z Wonosobo dalam membentuk minat investasi dibandingkan pengetahuan dan motivasi semata. Ketika individu memiliki sumber daya yang lebih tersedia setelah memenuhi kebutuhan utama, terdapat ruang yang lebih besar untuk mengalokasikan dana pada instrumen investasi. Kondisi ini menjadi semakin relevan karena mayoritas responden merupakan pelajar atau mahasiswa yang secara umum belum memiliki sumber pendapatan yang sepenuhnya mandiri.

Hasil ini mendukung penelitian Hidayat dan Kayati (2020) yang menemukan adanya pengaruh pendapatan terhadap minat investasi, sekaligus memperkuat pandangan bahwa kemampuan ekonomi merupakan bagian penting dalam keputusan finansial individu. Sebaliknya, temuan penelitian ini berbeda dengan Mulyadi dan Susanti (2024) yang tidak menemukan pengaruh signifikan pendapatan terhadap minat investasi tabungan emas Gen Z di Solo Raya. Perbedaan tersebut justru memperlihatkan kontribusi penting penelitian ini: hubungan pendapatan dengan minat investasi emas dapat bersifat kontekstual. Perbedaan karakteristik wilayah, komposisi responden, dan kondisi ekonomi dapat menghasilkan pola hubungan yang berbeda. Oleh karena itu, edukasi investasi bagi Generasi Z tidak cukup hanya diarahkan pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga perlu memperhatikan kemampuan mengelola pendapatan dan menentukan alokasi dana investasi.

Pengaruh Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi Emas

Kemajuan teknologi merupakan variabel dengan pengaruh positif paling kuat dalam model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah teknologi digunakan untuk memperoleh informasi, mengakses layanan investasi, melakukan transaksi, dan memantau investasi, semakin tinggi pula kecenderungan responden untuk memiliki minat terhadap investasi emas. Bagi Generasi Z yang terbiasa menggunakan perangkat digital, kemudahan teknologi dapat mengurangi hambatan yang sebelumnya muncul dalam aktivitas investasi. Dengan demikian, teknologi bukan sekadar sarana pendukung, tetapi telah menjadi bagian dari lingkungan yang membentuk pengalaman calon investor.

Hasil tersebut sejalan dengan Nisa dan Hidayati (2022) yang memasukkan kemajuan teknologi sebagai salah satu faktor penting dalam menjelaskan minat investasi Generasi Z. Penelitian Aisa (2021) juga menunjukkan pentingnya literasi dan teknologi dalam menjelaskan intensi investasi pada pasar modal, sementara penelitian mengenai investasi Generasi Z yang lebih baru menunjukkan bahwa perkembangan teknologi dapat berinteraksi dengan faktor literasi dan perilaku finansial dalam membentuk keputusan investasi. Dalam perspektif TPB, kemudahan teknologi dapat memperkuat perceived behavioral control, karena individu merasa bahwa investasi dapat dilakukan dengan lebih mudah dan terjangkau. Implikasi praktisnya, penyedia layanan investasi emas perlu mempertahankan desain platform yang sederhana, transparan, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik pengguna muda. Pada saat yang sama, kemudahan digital tetap perlu diimbangi edukasi mengenai risiko agar peningkatan akses tidak hanya meningkatkan minat, tetapi juga mendorong perilaku investasi yang lebih bertanggung jawab.

Pengaruh Simultan dan Kontribusi Penelitian

Pengujian simultan menunjukkan bahwa pengetahuan investasi, motivasi investasi, pendapatan, dan kemajuan teknologi secara bersama-sama berkaitan signifikan dengan minat investasi emas. Nilai Adjusted R Square sebesar 65,5% menunjukkan bahwa

kombinasi keempat variabel tersebut memiliki kemampuan penjelasan yang cukup kuat terhadap variasi minat investasi dalam sampel penelitian. Namun, hasil ini tidak berarti bahwa seluruh variabel memiliki kekuatan pengaruh yang sama. Secara parsial, hanya pendapatan dan kemajuan teknologi yang terbukti signifikan, sedangkan pengetahuan dan motivasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, temuan utama penelitian ini adalah bahwa minat investasi emas Generasi Z di Kabupaten Wonosobo lebih kuat terkait dengan faktor kemampuan finansial dan kemudahan teknologi daripada sekadar pengetahuan dan dorongan psikologis.

Kontribusi penelitian ini terletak pada pengujian empat faktor tersebut secara simultan dalam konteks investasi emas dan Generasi Z di Kabupaten Wonosobo yang masih relatif terbatas diteliti. Hasilnya memberikan implikasi bagi lembaga keuangan dan penyedia layanan investasi untuk tidak hanya mengembangkan program edukasi investasi, tetapi juga menyediakan produk yang terjangkau dan platform digital yang mudah digunakan. Bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait, temuan ini dapat menjadi dasar untuk mengintegrasikan literasi investasi dengan edukasi pengelolaan pendapatan dan literasi keuangan digital. Dengan demikian, pengembangan minat investasi Generasi Z dapat diarahkan tidak hanya pada peningkatan ketertarikan, tetapi juga pada kesiapan finansial dan kemampuan menggunakan layanan investasi secara bijaksana.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa minat investasi emas Generasi Z di Kabupaten Wonosobo tidak semata-mata terbentuk dari seberapa jauh individu memahami investasi atau seberapa kuat dorongan untuk berinvestasi, tetapi lebih dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya finansial dan lingkungan teknologi yang memungkinkan investasi dilakukan secara mudah. Temuan tersebut memberikan makna bahwa pengetahuan dan motivasi belum cukup apabila tidak disertai kemampuan ekonomi serta akses investasi yang praktis dan sesuai dengan karakteristik generasi muda. Kontribusi penelitian terletak pada pemberian bukti empiris dalam konteks investasi emas Generasi Z di wilayah nonmetropolitan, sekaligus memperluas pemahaman bahwa faktor ekonomi dan teknologi perlu ditempatkan secara lebih kuat dalam menjelaskan pembentukan minat investasi. Implikasinya, lembaga keuangan dan penyedia layanan investasi perlu mengembangkan produk emas yang terjangkau, transparan, dan mudah digunakan melalui platform digital, sedangkan program edukasi investasi bagi Generasi Z sebaiknya tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi diintegrasikan dengan pengelolaan pendapatan dan literasi keuangan digital agar minat investasi dapat berkembang menjadi perilaku investasi yang lebih rasional dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Adil, M., & Singh, Y. (2022). Does financial literacy affect investor's planned behavior as a moderator? *Managerial Finance, 48*(9-10), 1372-1390. https://doi.org/10.1108/MF-03-2021-0130

Aisa, N. N. (2021). Do financial literacy and technology affect intention to invest in the capital market in the early pandemic period? *Journal of Accounting and Investment, 23*(1), 49-65. https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.12517

Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies, 2*(4), 314-324. https://doi.org/10.1002/hbe2.195

Ajzen, I., & Kruglanski, A. W. (2019). Reasoned action in the service of goal pursuit. *Psychological Review*, *126*(5), 774-786. https://doi.org/10.1037/rev0000155

Andrade, C. (2021). The inconvenient truth about convenience and purposive samples. *Indian Journal of Psychological Medicine, 43*(1), 86-88. https://doi.org/10.1177/0253717620977000

Aprayuda, R., & Misra, F. (2020). Faktor yang mempengaruhi keinginan investasi investor muda di pasar modal Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi, 30*(5), 1084-1098. https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i05.p02

Arifah, J. N., & Dalimunthe, Z. (2020). The impact of financial literacy on the investment decision of non-donation-based crowdfunding in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, *21*(3), 1045-1057. https://doi.org/10.33736/ijbs.3310.2020

Arifin, A. Z., & Siswanto, H. P. (2023). Digital financial literacy and investment decision behavior among young adults. *Journal of Asian Finance, Economics and Business, 10*(2), 289-298. https://doi.org/10.13106/jafeb.2023.vol10.no2.0289

Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology, 16*(3), 352-356. https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107

Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing, 25*(8), 652-661. https://doi.org/10.1177/1744987120927206

Fadli, A., & Wijayanto, A. (2020). Investment training moderates the effect of financial literacy, return and risk on investment interest in capital markets. *Management Analysis Journal, 9*(1), 102-112. https://doi.org/10.15294/maj.v9i1.36879

Hidayat, F., & Kayati. (2020). Pengaruh sosialisasi, pengetahuan, pendapatan dan umur terhadap minat berinvestasi di pasar modal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6*(2), 136-141.

Indraprasta, D. H. N., Lindiawatie, & Shahreza, D. (2023). The effect of motivation, investment knowledge, financial literacy on Generation Z interest in investing in the capital market. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 13*(1). https://doi.org/10.24252/assets.v13i1.36117 UIN

Junianto, Y., Kohardinata, C., & Silaswara, D. (2020). Financial literacy effect and fintech in investment decision making. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 18*(3), 150-168. https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.472

Khansa, A. S., & Hariyanto, W. (2021). The effect of financial literacy, minimum investment capital and investment motivation on students' interest to invest in the capital market with an understanding of investment as a moderating variable. *Academia Open, 5*. https://doi.org/10.21070/acopen.5.2021.2499

Kristanto, R. H. C., & Gusaptono, R. H. (2020). The impact of financial literacy on investment decisions between saving and credit: Studies on Sharia bank customers in the Special Region of Yogyakarta. *Quarterly Reviews, 3*(4), 1456-1463. https://doi.org/10.31014/aior.1992.03.04.291

Li, J., Li, Q., & Wei, X. (2020). Financial literacy, household portfolio choice and investment return. *Pacific-Basin Finance Journal, 62*, 101370. https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2020.101370

Michaela, O., & Anastasia, N. (2022). The effect of saving behavior and financial literacy on investment decisions in the Generation Z capital market in Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 16*(2). https://doi.org/10.30650/jem.v16i2.3625

Mulyadi, A. W., & Susanti, A. (2024). Pengaruh pendapatan, pengetahuan investasi, dan literasi keuangan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian pada Gen Z di wilayah Solo Raya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 36-44.

Mulyono, K. B. (2021). Decision model for saving stocks based on TPB and financial literacy. *Dinamika Pendidikan, 16*(1). https://doi.org/10.15294/dp.v16i1.29164

Nisa, A. M., & Hidayati, A. N. (2022). Pengaruh pengetahuan investasi, risiko investasi, kemajuan teknologi dan motivasi terhadap minat Generasi Z berinvestasi di pasar modal syariah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS), 4*(1), 28-35. https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1676

Rahma, A. P., & Canggih, C. C. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap investasi emas. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 4*(2), 98-108. https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108

Rahmansyah, I. C., & Rani, L. N. (2021). Gold price, inflation, and dollar exchange rate: The case of gold investment in Indonesia. *The Indonesian Capital Market Review, 13*(1). https://doi.org/10.21002/icmr.v13i1.13238

Rijanto, B. P., & Utami, N. (2024). Financial technology, social media influencers, and experience of cryptocurrency investment decisions: Financial literacy's role. *Jurnal Manajemen Maranatha, 23*(2). https://doi.org/10.28932/jmm.v23i2.8717

Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis literasi keuangan, perilaku keuangan, dan pendapatan terhadap keputusan investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 8*(3), 319-332. https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.384

Sari, V. M., Putri, N. K., Arofah, T., & Suparlinah, I. (2021). Pengaruh motivasi investasi, pengetahuan dasar investasi, modal minimal, dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi mahasiswa. *Jurnal Doktor Manajemen, 4*(1), 88-107. https://doi.org/10.22441/jdm.v4i1.12117

Setiawan, B., Phan, T. D., Medina, J., Wieriks, M., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2024). Quest for financial inclusion via digital financial services (Fintech) during COVID-19 pandemic: Case study of women in Indonesia. *Journal of Financial Services Marketing, 29*, 459-473. https://doi.org/10.1057/s41264-023-00217-9

Setyanta, B., & Kadi, D. C. A. (2020). The effect of perceived ease of use, investment knowledge, and perceived risk on intentions to purchase of share in Generation Y. *AMAR (Andalas Management Review), 4*(2), 60-72. https://doi.org/10.25077/amar.4.2.60-72.2020

Sun, S., & Lestari, E. (2022). Analisis pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi, motivasi investasi dan pendapatan terhadap keputusan investasi pada masyarakat di Batam. *Jurnal Akuntansi AKUNESA, 10*(3), 101-114. https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n3.p101-114

Tamara, D., & Maharani, A. (2024). How millennials make investment decisions: Financial literacy and financial behavior. *Economics and Finance in Indonesia*. https://doi.org/10.47291/efi.2024.09

Wijayanti, R. P., Azizah, E. N., & Kurniawan, H. (2024). The role of financial literacy and financial behavior on student investment decisions. *Agregat: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8*(1). https://doi.org/10.22236/agregat_vol8.i1/14023