Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan
Volume 4, Nomor 4, Oktober 2026
e-ISSN: 2963-5225; p-ISSN: 2963-5284, Hal. 552-562
DOI: https://doi.org/10.58192/wawasan.v4i4.5306
Tersedia: https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/Wawasan

Keamanan Tradisional atau Kenyamanan Digital? Analisis Kepercayaan Generasi Z terhadap Investasi Emas Fisik dan Emas Digital

Desy Dewi Pratiwi[1*], Ignatius Hari Santoso[2]
[1,2] Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Univeritas STIKUBANK, Indonesia
Email: desydewi3021@mhs.unisbank.ac.id[1],ignatiusharisantoso@edu.unisbank.ac.id[2]*

[*]*Penulis Korespondensi: desydewi3021@mhs.unisbank.ac.id*

Abstract*. The rapid development of financial technology has transformed investment behavior, particularly through the emergence of digital gold investment platforms. Although digital gold offers convenience, flexibility, and accessibility, many investors still prefer physical gold because it is perceived as more secure and tangible. This study aims to analyze Generation Z's trust in physical and digital gold investments and examine how investment type influences investment decisions through trust. A quantitative approach was employed using a survey of Generation Z respondents who were familiar with or had experience investing in gold. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The findings indicate that the type of gold investment significantly influences investment decisions, both directly and indirectly through trust. Trust also has a significant positive effect on investment decisions, indicating that higher trust encourages stronger investment intentions among Generation Z. These findings suggest that digital gold providers should strengthen transparency, security, and service quality to enhance investor trust while maintaining the advantages of accessibility and convenience offered by digital investment platforms.*

Keywords: *Digital Gold; Generation Z; Investment Decision;Physical Gold; Trust.*

Abstrak. Perkembangan teknologi finansial telah mengubah perilaku masyarakat dalam berinvestasi, salah satunya melalui hadirnya investasi emas digital. Meskipun investasi emas digital menawarkan kemudahan, fleksibilitas, dan aksesibilitas yang tinggi, sebagian investor masih lebih mempercayai emas fisik karena dianggap lebih aman dan memiliki bentuk yang nyata. Penelitian ini bertujuan menganalisis kepercayaan Generasi Z terhadap investasi emas fisik dan emas digital serta menguji pengaruh jenis investasi terhadap keputusan investasi melalui variabel kepercayaan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap responden Generasi Z yang memiliki pengetahuan atau pengalaman mengenai investasi emas. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis investasi emas berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, baik secara langsung maupun melalui variabel kepercayaan sebagai mediasi. Selain itu, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan transparansi, keamanan, dan kualitas layanan pada platform investasi digital dapat meningkatkan kepercayaan serta mendorong keputusan investasi Generasi Z.

Kata kunci: Emas Digital; Emas Fisik; Kepercayaan; Keputusan Investasi.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi finansial (financial technology/fintech) telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku investasi masyarakat. Salah satu bentuk inovasi yang berkembang pesat adalah investasi emas digital yang memungkinkan individu membeli, menjual, dan menyimpan emas secara online melalui berbagai platform digital tanpa harus memiliki emas secara fisik. Kehadiran investasi emas digital memberikan kemudahan akses, fleksibilitas transaksi, serta memungkinkan masyarakat untuk mulai berinvestasi dengan nominal yang relatif kecil. Fenomena ini semakin populer seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital dan aplikasi keuangan di kalangan generasi muda. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi finansial mendorong meningkatnya

Naskah Masuk: 09 Mei 2026; Revisi: 12 Juni 2026; Diterima: 227 Juli 2026; Tersedia: 29 Juli 2026

minat investasi berbasis digital karena faktor kemudahan penggunaan, efisiensi transaksi, dan aksesibilitas yang lebih luas (Sunitha & Nayak, 2025; Subathara, 2025). Selain itu, persepsi investor terhadap kemudahan teknologi serta manfaat investasi digital juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan platform investasi berbasis teknologi (Camilleri, 2024).

Generasi Z merupakan kelompok demografis yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi digital sehingga memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk memanfaatkan layanan keuangan berbasis digital. Generasi ini dikenal sebagai *mobile natives* yang tumbuh bersama perkembangan teknologi internet dan perangkat mobile, sehingga lebih terbuka terhadap inovasi digital dalam aktivitas finansial, termasuk investasi (Rosenberg et al., 2025). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor teknologi, pengaruh sosial, serta ekspektasi kinerja dari suatu platform digital dapat meningkatkan niat penggunaan layanan investasi digital di kalangan generasi muda (Barry et al., 2024; Saputri et al., 2022). Dalam konteks investasi emas, beberapa studi juga menemukan bahwa generasi muda mulai tertarik pada investasi emas digital karena prosesnya yang mudah, transparan, serta dapat diakses melalui berbagai aplikasi investasi berbasis teknologi (Hazirah et al., 2025; Luthfi et al., 2025).

Namun demikian, di tengah meningkatnya popularitas investasi emas digital, muncul fenomena yang menarik di masyarakat yaitu meningkatnya permintaan pencetakan emas fisik dari saldo emas digital yang dimiliki oleh investor. Banyak investor yang awalnya membeli emas secara digital kemudian memilih untuk mencetaknya menjadi emas batangan fisik. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi memberikan kemudahan dalam berinvestasi, sebagian investor masih memiliki preferensi terhadap kepemilikan aset yang bersifat nyata atau *tangible asset*. Emas fisik sering dianggap lebih aman karena dapat disimpan secara langsung oleh pemiliknya serta tidak bergantung pada sistem digital atau pihak ketiga. Dalam konteks investasi, emas juga dikenal sebagai aset *safe haven* yang relatif stabil dan mampu melindungi nilai kekayaan dari ketidakpastian ekonomi (Feder-Sempach et al., 2025). Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila banyak investor tetap memilih untuk memiliki emas dalam bentuk fisik meskipun investasi emas digital semakin berkembang.

Selain itu, penelitian sebelumnya menunjukkan adanya perbedaan persepsi investor terhadap investasi emas digital dan emas fisik. Beberapa studi menemukan bahwa investasi emas digital memberikan keuntungan berupa kemudahan transaksi, biaya yang lebih rendah, serta akses yang lebih fleksibel dibandingkan investasi emas fisik (Suchitra, 2025; Jayalakshmi et al., 2025). Namun di sisi lain, penelitian lain menunjukkan bahwa faktor kepercayaan, persepsi risiko, serta keamanan investasi masih menjadi pertimbangan utama bagi investor

dalam memilih instrumen investasi (Mahardika, 2024). Hal ini menunjukkan adanya kontradiksi dalam penelitian sebelumnya, di mana sebagian penelitian menekankan keunggulan teknologi dan kemudahan investasi digital, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa faktor keamanan dan kepercayaan terhadap aset fisik masih menjadi faktor dominan dalam keputusan investasi.

Kontradiksi tersebut menunjukkan bahwa meskipun digitalisasi telah mempermudah akses investasi, tingkat kepercayaan investor terhadap bentuk kepemilikan aset masih menjadi isu penting yang perlu dikaji lebih lanjut. Terutama bagi Generasi Z yang berada pada persimpangan antara preferensi terhadap teknologi digital dan kebutuhan akan keamanan aset tradisional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membandingkan tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap investasi emas digital dan emas fisik, serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mereka dalam memilih bentuk investasi emas yang dianggap paling aman dan menguntungkan.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini didasarkan pada Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (intention), sedangkan niat terbentuk dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Dalam konteks investasi, keputusan seseorang untuk memilih suatu instrumen investasi dipengaruhi oleh keyakinan terhadap manfaat, persepsi risiko, serta tingkat kepercayaan terhadap instrumen yang dipilih. Bagi Generasi Z yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital, faktor kepercayaan menjadi salah satu determinan utama dalam menentukan keputusan investasi.

Investasi emas merupakan salah satu instrumen investasi yang banyak dipilih karena memiliki karakteristik sebagai safe haven asset, yaitu aset yang relatif stabil pada saat terjadi ketidakpastian ekonomi. Seiring perkembangan teknologi finansial, investasi emas tidak lagi terbatas pada kepemilikan emas fisik, tetapi juga berkembang dalam bentuk emas digital yang memungkinkan investor melakukan transaksi secara daring melalui platform digital. Emas fisik menawarkan kepemilikan aset secara nyata sehingga sering dipersepsikan lebih aman, sedangkan emas digital memberikan kemudahan transaksi, fleksibilitas, serta akses investasi dengan nominal yang lebih rendah.

Kepercayaan (trust) merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan, integritas, dan keamanan suatu produk atau layanan dalam memenuhi harapan pengguna (Mayer et al., 1995). Dalam investasi digital, kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting karena investor

tidak memiliki kontrol langsung terhadap aset yang dimiliki. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan sistem, transparansi informasi, serta kredibilitas penyedia layanan akan meningkatkan keyakinan investor dalam melakukan investasi.

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir dan tumbuh pada era digital sehingga memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi. Karakteristik tersebut menyebabkan Generasi Z lebih terbuka terhadap inovasi layanan keuangan digital, termasuk investasi emas digital. Namun demikian, keputusan investasi mereka tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan teknologi, tetapi juga oleh persepsi mengenai keamanan, risiko, dan tingkat kepercayaan terhadap instrumen investasi yang digunakan.

Berdasarkan Theory of Planned Behavior dan penelitian terdahulu, penelitian ini menguji pengaruh jenis investasi emas terhadap keputusan investasi baik secara langsung maupun melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi. Model penelitian mengasumsikan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki Generasi Z terhadap investasi emas, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan berinvestasi.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H1: Jenis investasi emas berpengaruh positif terhadap kepercayaan terhadap emas fisik.

H2: Jenis investasi emas berpengaruh positif terhadap kepercayaan terhadap emas digital.

H3: Jenis investasi emas berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

H4: Kepercayaan terhadap emas fisik berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

H5: Kepercayaan terhadap emas digital berpengaruh positif terhadap keputusan investasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menguji hipotesis secara objektif melalui analisis statistik berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh jenis investasi emas terhadap keputusan investasi Generasi Z dengan kepercayaan terhadap emas fisik dan kepercayaan terhadap emas digital sebagai variabel mediasi.

Populasi penelitian adalah Generasi Z di Indonesia yang memiliki pengetahuan atau pengalaman mengenai investasi emas, baik emas fisik maupun emas digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berusia 18–28 tahun, mengetahui atau pernah melakukan investasi emas, serta bersedia mengisi kuesioner

secara lengkap. Berdasarkan data yang memenuhi kriteria, seluruh responden digunakan sebagai sampel penelitian.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner daring (Google Forms) dengan skala Likert lima poin, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju. Variabel yang diukur meliputi Jenis Investasi Emas (X) sebagai variabel eksogen, Kepercayaan terhadap Emas Fisik (Z1) dan Kepercayaan terhadap Emas Digital (Z2) sebagai variabel mediasi, serta Keputusan Investasi (Y) sebagai variabel endogen. Indikator setiap variabel disusun berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang relevan.

Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Tahapan analisis meliputi evaluasi outer model dan inner model. Evaluasi outer model dilakukan melalui pengujian validitas konvergen menggunakan nilai outer loading (>0,70) dan Average Variance Extracted (AVE >0,50), validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell–Larcker dan cross loading, serta reliabilitas konstruk menggunakan Composite Reliability dan Cronbach's Alpha dengan nilai minimum 0,70. Selanjutnya, evaluasi inner model dilakukan melalui pengujian koefisien determinasi (R^2), path coefficient, effect size (f^2), serta predictive relevance (Q^2).

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping pada SmartPLS dengan tingkat signifikansi 5%. Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila memiliki nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05. Selain menguji pengaruh langsung, penelitian ini juga menguji pengaruh tidak langsung (specific indirect effect) untuk mengetahui peran mediasi kepercayaan terhadap emas fisik dan kepercayaan terhadap emas digital dalam hubungan antara jenis investasi emas dan keputusan investasi Generasi Z.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengumpulan Data

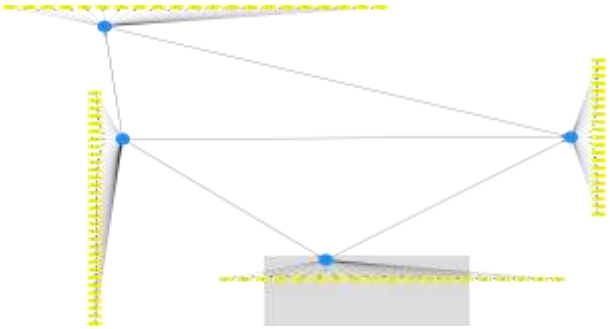
Penelitian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan memiliki pengetahuan maupun pengalaman mengenai investasi emas, baik emas fisik maupun emas digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan kriteria berusia 18–28 tahun serta memahami atau pernah melakukan investasi emas.

Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Analisis dilakukan untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel penelitian yang terdiri

atas Jenis Investasi Emas (X1) sebagai variabel eksogen, Kepercayaan terhadap Emas Fisik (Z1) dan Kepercayaan terhadap Emas Digital (Z2) sebagai variabel mediasi, serta Keputusan Investasi (Y) sebagai variabel endogen.

Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian model struktural bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh antarvariabel dalam model penelitian. Evaluasi dilakukan melalui nilai path coefficient, t-statistic, dan p-value yang diperoleh dari proses bootstrapping. Suatu hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05.



Gambar 1. Model Struktur Rangka Batang yang Digunakan dalam Analisis

Tabel 1. Hasil Uji Path Coefficient

Hubungan Antar Variabel	Original Sample (β)	t-statistic	p-value	Keterangan
X1 → Y	0,339	3,249	0,001	Signifikan
X1 → Z1	0,965	62,248	0,000	Signifikan
X1 → Z2	0,965	60,509	0,000	Signifikan
Z1 → Y	0,217	2,283	0,022	Signifikan
Z2 → Y	0,419	4,089	0,000	Signifikan

Sumber: Output SmartPLS 4 (2026).

Berdasarkan Tabel 1, seluruh hubungan antarvariabel menunjukkan nilai p-value < 0,05, sehingga seluruh jalur pengaruh dalam model dinyatakan signifikan. Pengaruh langsung jenis investasi emas terhadap keputusan investasi memiliki koefisien sebesar 0,339, yang menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden terhadap jenis investasi emas, maka semakin tinggi keputusan untuk berinvestasi.

Selain itu, jenis investasi emas berpengaruh sangat kuat terhadap kepercayaan terhadap emas fisik (β = 0,965) maupun kepercayaan terhadap emas digital (β = 0,965). Selanjutnya, kedua variabel kepercayaan tersebut juga berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, dengan pengaruh terbesar berasal dari kepercayaan terhadap emas digital (β = 0,419) dibandingkan kepercayaan terhadap emas fisik (β = 0,217).

Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Pengujian indirect effect dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kepercayaan mampu memediasi hubungan antara jenis investasi emas dan keputusan investasi.

Tabel 2. Hasil *Specific Indirect Effect*

Hubungan Mediasi	Original Sample (β)	t-statistic	p-value	Keterangan
X1 → Z1 → Y	0,210	2,292	0,022	Signifikan
X1 → Z2 → Y	0,404	4,096	0,000	Signifikan

Sumber: Output SmartPLS 4 (2026).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua jalur mediasi memiliki nilai p-value < 0,05, sehingga variabel kepercayaan terbukti memediasi hubungan antara jenis investasi emas dan keputusan investasi. Pengaruh mediasi melalui kepercayaan terhadap emas digital memiliki koefisien yang lebih besar (β = 0,404) dibandingkan mediasi melalui kepercayaan terhadap emas fisik (β = 0,210). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan terhadap investasi emas digital memberikan kontribusi yang lebih besar dalam mendorong keputusan investasi Generasi Z.

Hasil Total Effect

Pengujian total effect dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen setelah memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung.

Tabel 3. Hasil Total Effect

Hubungan	Original Sample (β)	t-statistic	p-value
X1 → Y	0,953	45,641	0,000

Sumber: Output SmartPLS 4 (2026).

Nilai total effect sebesar 0,953 menunjukkan bahwa secara keseluruhan jenis investasi emas memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan investasi Generasi Z. Hasil tersebut menunjukkan bahwa selain memberikan pengaruh secara langsung, keberadaan variabel kepercayaan semakin memperkuat hubungan antara jenis investasi emas dan keputusan investasi.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis investasi emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa karakteristik investasi, baik dalam bentuk emas fisik maupun emas digital, menjadi pertimbangan penting dalam menentukan keputusan investasi. Generasi Z cenderung memilih jenis investasi yang sesuai dengan kebutuhan, kemudahan akses, serta tingkat keamanan yang mereka rasakan.

Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa jenis investasi emas berpengaruh positif terhadap kepercayaan terhadap emas fisik maupun emas digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden terhadap karakteristik investasi emas, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang dimiliki. Kepercayaan menjadi aspek penting karena investasi melibatkan risiko dan ketidakpastian sehingga investor membutuhkan keyakinan terhadap instrumen yang dipilih.

Hasil penelitian juga membuktikan bahwa kepercayaan terhadap emas fisik maupun emas digital berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Namun demikian, pengaruh kepercayaan terhadap emas digital lebih besar dibandingkan kepercayaan terhadap emas fisik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa Generasi Z mulai memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap investasi berbasis digital, terutama karena kemudahan transaksi, akses informasi yang cepat, serta fleksibilitas dalam melakukan investasi melalui platform digital.

Pengujian efek mediasi menunjukkan bahwa kepercayaan berhasil memediasi hubungan antara jenis investasi emas dan keputusan investasi. Dengan demikian, keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik investasi itu sendiri, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan yang dimiliki investor terhadap instrumen investasi tersebut. Semakin tinggi kepercayaan yang terbentuk, maka semakin besar kecenderungan Generasi Z untuk mengambil keputusan berinvestasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan keputusan investasi Generasi Z, terutama pada investasi emas digital. Oleh karena itu, penyedia layanan investasi emas digital perlu terus meningkatkan transparansi, keamanan sistem, kualitas layanan, serta perlindungan terhadap aset investor agar kepercayaan pengguna semakin meningkat dan keputusan investasi dapat terus berkembang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Trust, Perceived Control, dan Perceived Transparency berpengaruh positif signifikan terhadap Intention to Invest pada investasi emas di kalangan Generasi Z. Perceived Risk berpengaruh negatif signifikan terhadap Intention to Invest, sedangkan Loss Aversion tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh terhadap Intention to Invest dengan kemampuan model menjelaskan variabel dependen sebesar 67,9%.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penyedia platform investasi emas digital disarankan untuk meningkatkan transparansi informasi, memperkuat keamanan sistem, serta membangun kepercayaan investor melalui peningkatan kualitas layanan dan edukasi investasi.

Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan minat investasi Generasi Z terhadap instrumen investasi emas digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden yang relatif terbatas dan hanya berfokus pada Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah sampel, wilayah penelitian, serta menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, financial technology adoption, dan perceived usefulness guna memperoleh model penelitian yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing, pihak akademik, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan bantuan selama proses penyusunan penelitian ini. Artikel ini merupakan bagian dari penelitian skripsi yang disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik pada program studi yang ditempuh penulis.

DAFTAR REFERENSI

Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., Shiyyab, F. S., Taha, A. A. D., Almajali, D. A., Masa'deh, R., & Warrad, L. H. (2024). Determinants of digital payment adoption among Generation Z: An empirical study. *Journal of Risk and Financial Management, 17*(11), 521. https://doi.org/10.3390/jrfm17110521

Arif, F., Subagio, N. A., & Shulthoni, M. (2024). Behavior of using the Generation Z sharia investment application in Surabaya city from the perspective of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *Journal of Islamic Economics and Finance, 6*(1), 47–62.

Barry, M., Haque, A. K. M. A., & Jan, M. T. (2024). From expectancy to acceptance: The impact of performance and effort expectations on mobile commerce intentions. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business, 8*, 65–86.

Borgstede, M., & Scholz, M. (2021). Quantitative and qualitative approaches to generalization and replication: A representationalist view. *Frontiers in Psychology, 12*, 1–9. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.605191

Camilleri, M. A. (2024). Factors affecting performance expectancy and intentions to use ChatGPT: Using SmartPLS to advance an information technology acceptance framework. *Technological Forecasting and Social Change, 201*, 123247. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123247

Dhage, M., & Gundalwar, K. (2026). The influence of social media on investment decision. *International Journal of Financial Studies, 10*(4), 863–872.

Feder-Sempach, E., Szczepocki, P., & Bogołębska, J. (2026). Can precious metals act as safe-haven or hedge assets in capital markets of China? *The Chinese Economy*, 1–19. https://doi.org/10.1080/10971475.2025.2529647

Hazirah, N., Kassim, S., Hadiyan, N., & Azman, N. (2026). Consumers' behavioural intention to adopt Shariah-compliant digital gold platform in Malaysia: Extension of UTAUT model. *International Journal of Islamic Finance Studies, 11*(1), 35–62.

Jayalakshmi, E., Purushothaman, R., Nanak, G., & Autonomous, C. (2026). An investigation into investors' perception of investing in digital gold: With special reference to Chennai city. *Journal of Financial Technology Studies, 9*(11), 108–113.

Juisin, H. A. (2026). Malaysian perceptions of Shariah gold investment. *Labuan E-Journal of Muamalat and Society, 19*(2), 125–138.

Luthfi, A. A., Rahayu, S., & Hati, H. (2026). Faktor-faktor yang menentukan niat investasi emas digital syariah di kalangan pemuda Muslim Jabodetabek. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 7*(1), 41–57.

Mahardika, D. D. K. (2024). Behavioral biases and investment decisions: The mediating role of risk perception through the lens of prospect theory. *Journal of Business and Management Research, 3*, 4–6.

Oktaningrum, I. I., & Mardani, R. M. (2026). Digital banking optimization strategy for gold investment as an alternative long-term investment. *International Journal of Financial Innovation, 6*(1), 816–823.

Rosenberg, H., Blondheim, M., & Sabag-Ben Porat, C. (2026). Who in the world is Generation Z? The rise of mobile natives and their socio-technological identity. *Societies, 15*(11), 314. https://doi.org/10.3390/soc15110314

Santoso, I.H., Hardiyanti, W., & Setiawan, M.B. (2024). The sandwich generation and cryptocurrencies: Trust, product knowledge, and reference group as triggers of investment intention. *Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 1931-1938, https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i2.5153

Santoso, I.H., Maryono, M., Maskur, A., Nawatmi, S., & Setiawan, M.B. (2026). Revolutionizing digital banking: Bridging generational gaps to deliver exceptional customer loyalty. *Telaah Bisnis*, 26(2), 48-69, https://doi.org/10.35917/tb.v26i2.628

Saputri, M. E., Saraswati, T. G., & Oktafani, F. (2022). The effect of performance expectation, effort expectancy, social influence, perceived risk, and perceived cost on the intention of using mobile payment in Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi, 21*(1), 9–21.

Sehak, M. S., Muhammad, M. Z., Zulfaris, M., & Salleh, M. (2026). Shariah-compliant digital gold saving: A bibliometric analysis. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies, 22*(1), 134–145.

Subathara, S. (2026). Investment in digital gold: A financial and behavioral perspective. *International Journal of Finance and Investment Studies, 13*(9).

Suchitra, V. G. (2026). A study on perception of investors in digital gold market. *European Journal of Management, Economics and Business, 2*(2), 67–71. https://doi.org/10.59324/ejmeb.2025.2(2).08

Sulistiyani, E., Wahyuni, S., & Setyadi, D. (2024). Determinant of gold investment decision in Z generation: A study of planned behavior and social learning theory. *Journal of Behavioral Finance Research, 23*(1).

Sunitha, S. P., & Nayak, A. P. (2026). Digital gold in the fintech era: Innovations and implications. *International Journal of Engineering and Financial Technology*, *6*(1).

Tanantong, T., & Wongras, P. (2024). A UTAUT-based framework for analyzing users' intention to adopt artificial intelligence in human resource recruitment: A case study of Thailand. *Systems*, *12*(1). https://doi.org/10.3390/systems12010028

Thanthrige, A., Lu, B., Sako, Z., & Wickramasinghe, N. (2026). Determinants of health care technology adoption using an integrated unified theory of acceptance and use of technology and task technology fit model: Systematic review and meta-analysis. *Journal of Medical Internet Research*, *27*. https://doi.org/10.2196/64524