

ABSTRAK

Kemajuan teknologi finansial telah mempermudah akses masyarakat terhadap produk investasi digital, termasuk reksa dana syariah. Generasi Z sebagai digital native memiliki kecenderungan tinggi dalam memanfaatkan aplikasi investasi online, salah satunya Bibit. Namun, tingkat partisipasi mereka dalam reksa dana syariah masih dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, literasi keuangan syariah, dan risiko terhadap keputusan generasi z berinvestasi reksa dana syariah (studi pada aplikasi bibit).

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 172 responden Generasi Z. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, literasi keuangan syariah, dan risiko berpengaruh positif serta signifikan terhadap Keputusan investasi Generasi Z pada reksa dana syariah di aplikasi Bibit. Dari ketiga variabel, literasi keuangan syariah memiliki pengaruh paling dominan, diikuti oleh risiko dan promosi.

Temuan ini mengimplikasikan pentingnya peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan generasi muda, optimalisasi strategi promosi yang lebih tepat sasaran, serta pengelolaan risiko yang transparan guna meningkatkan kepercayaan investor. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan layanan keuangan syariah digital serta menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya mengenai perilaku investasi generasi muda.

Kata Kunci: *Promosi, Literasi Keuangan Syariah, Risiko, Keputusan, Generasi Z, Reksa Dana Syariah, Aplikasi Bibit*

