



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 1 (2) 2022: 351-357

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Preferensi Gen Z Dalam Pemilihan Aplikasi Investasi Digital

Jordi Irrandi Priyono¹, Murti², Rafi Ahmad Fahreza³ Lismiatun⁴

Prodi Manajemen Keuangan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

e-mail: Jordinandi22@gmail.com, murti03080@gmail.com, rafiahmadfahreza22@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima Juni 2022 Disetujui Juli 2022 Diterbitkan Agustus 2022</p> <hr/> <p>Kata Kunci: Generasi Z; Investasi Digital; Aplikasi Investasi, Preferensi Pengguna.</p>	<p>Maraknya teknologi digital telah membuka jalan bagi aplikasi investasi untuk semakin mudah diakses oleh masyarakat, khususnya generasi Z yang merupakan generasi digital native. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi Generasi Z dalam memilih aplikasi investasi digital di Indonesia. Dengan menggunakan metode sumber daya internal, penelitian ini mengumpulkan data sekunder dari laporan industri teknologi keuangan utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi preferensi Generasi Z dalam memilih aplikasi investasi adalah kemudahan penggunaan, keamanan, dan edukasi. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengembang aplikasi investasi digital untuk menciptakan platform yang lebih sesuai dengan kebutuhan Generasi Z dan meningkatkan partisipasi aktif mereka di dunia investasi swasta.</p>
<hr/> <p>Keywords: <i>Generation Z; digital investment; investment applications; user preferences.</i></p>	<hr/> <p style="text-align: center;"><i>ABSTRACT</i></p> <p><i>The rapid growth of digital technology has paved the way for investment applications to become more accessible to the public, especially Generation Z, who are digital natives. This study aims to analyze the preferences and factors influencing Generation Z's participation in choosing digital investment applications in Indonesia. Using internal resource methods, this research collects secondary data from key financial technology industry reports. The findings indicate that the primary factors influencing Generation Z's preferences in selecting investment applications are ease of use, security, and education. This research provides insights for digital investment application developers to create platforms that better meet the needs of Generation Z and enhance their active participation in private investment</i></p>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan dan investasi. Salah satu inovasi terbesar yang mempengaruhi cara individu berinvestasi adalah munculnya aplikasi investasi digital. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan investasi secara online, dengan akses yang cepat, mudah, dan terjangkau. Perkembangan ini sangat relevan bagi generasi muda, terutama Generasi Z (Gen Z), yang dikenal sebagai generasi digital native. Gen Z adalah kelompok demografis yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, yang tumbuh di era digital dan sangat akrab dengan teknologi, internet, dan aplikasi berbasis smartphone. Kebiasaan mereka dalam

mengonsumsi teknologi dan informasi juga sangat berbeda dari generasi sebelumnya, yang berimplikasi pada preferensi dan perilaku mereka dalam berinvestasi.

Investasi digital, yang dulu dianggap rumit dan hanya dapat diakses oleh segelintir kalangan, kini menjadi lebih inklusif berkat aplikasi seperti Bareksa, Bibit, Ajaib, dan berbagai platform lainnya. Aplikasi-aplikasi ini menawarkan solusi investasi dengan modal yang rendah, tampilan antarmuka yang ramah pengguna, serta fitur-fitur edukatif yang dirancang untuk membantu investor pemula memahami dunia investasi. Fenomena ini menyebabkan semakin banyak anggota Gen Z yang tertarik untuk berpartisipasi dalam dunia investasi, terutama mengingat kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Namun, di balik peningkatan partisipasi ini, masih sedikit penelitian yang mendalami faktor-faktor spesifik yang memengaruhi preferensi Gen Z dalam memilih aplikasi investasi digital.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa Gen Z memiliki karakteristik unik dalam hal preferensi dan perilaku keuangan. Sebagai generasi yang tumbuh di tengah kecanggihan teknologi, Gen Z cenderung lebih memilih platform digital yang menawarkan kemudahan, fleksibilitas, dan transparansi. Mereka juga lebih cenderung memanfaatkan sumber daya online, seperti video tutorial, blog, dan podcast, untuk mendidik diri mereka sendiri tentang investasi. Menurut laporan dari **Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH)**, terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah investor muda di Indonesia, dengan sebagian besar dari mereka berusia antara 18 hingga 25 tahun, yang secara demografis termasuk dalam kelompok Gen Z. Laporan ini juga menunjukkan bahwa preferensi utama generasi ini dalam memilih aplikasi investasi digital berkisar pada kemudahan penggunaan, keamanan platform, dan ketersediaan fitur edukasi.

Gen Z juga menunjukkan perilaku yang berbeda dalam mengelola keuangan dibandingkan generasi sebelumnya. Menurut **Jones et al. (2020)**, mereka lebih tertarik pada konsep pengelolaan keuangan yang berbasis teknologi dan aplikasi mobile, serta lebih cenderung mencari solusi yang menawarkan personalisasi, kemudahan akses, dan transparansi biaya. Mereka menghargai teknologi yang membantu mereka mengelola keuangan dengan lebih cerdas, termasuk dalam hal investasi. Namun, meskipun terdapat lonjakan minat investasi di kalangan Gen Z, ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh pengembang aplikasi investasi digital dalam memenuhi kebutuhan mereka. Sebagai generasi yang masih dalam tahap belajar tentang keuangan dan investasi, Gen Z membutuhkan lebih dari sekadar platform investasi. Mereka juga menginginkan edukasi finansial yang interaktif, fitur yang dapat memandu mereka dalam membuat keputusan investasi yang bijak, serta jaminan keamanan yang kuat untuk melindungi data pribadi dan keuangan mereka.

Selain itu, Gen Z juga cenderung lebih kritis dalam memilih aplikasi investasi, karena mereka sering kali membandingkan berbagai opsi yang tersedia sebelum membuat keputusan. Faktor-faktor seperti biaya transaksi, kemudahan navigasi, ulasan pengguna lain, dan fitur inovatif menjadi pertimbangan utama bagi mereka. Hal ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh **Harris dan O'Connor (2021)**, yang menemukan bahwa generasi muda lebih suka menggunakan aplikasi yang memiliki antarmuka pengguna yang sederhana, bebas dari biaya tersembunyi, dan transparan dalam hal informasi terkait investasi. Mereka juga cenderung memilih platform yang memberikan kontrol lebih besar atas portofolio investasi mereka, serta menyediakan data yang mudah diakses dan dianalisis secara real-time.

Melihat fenomena ini, penting bagi para pengembang aplikasi investasi digital untuk memahami dengan baik preferensi dan perilaku Gen Z sebagai target pasar utama. Kesuksesan aplikasi tidak hanya bergantung pada kualitas teknis, tetapi juga pada bagaimana aplikasi tersebut dapat memenuhi ekspektasi pengguna dari segi pengalaman, keamanan, dan edukasi. Pengembang perlu memastikan bahwa aplikasi mereka tidak hanya menyediakan platform untuk berinvestasi, tetapi juga menjadi sarana belajar yang membantu pengguna mengembangkan keterampilan keuangan mereka. Fitur-fitur edukatif, seperti video panduan, kuis interaktif, dan laporan analisis yang mudah dipahami, dapat menjadi nilai tambah bagi aplikasi yang ingin menarik minat Gen Z.

Dalam konteks Indonesia, peran pemerintah dan regulator juga penting dalam mendukung perkembangan ekosistem investasi digital yang aman dan terpercaya. Perlindungan konsumen, transparansi, dan regulasi yang jelas diperlukan untuk menciptakan rasa aman bagi pengguna aplikasi investasi digital, terutama bagi investor muda yang masih belajar. Selain itu, kampanye literasi keuangan yang melibatkan Gen Z secara aktif juga dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang risiko dan manfaat berinvestasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam preferensi Gen Z dalam memilih aplikasi investasi digital. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pengembang aplikasi investasi digital, regulator, dan pihak terkait lainnya dalam menciptakan solusi investasi yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi tren-tren terkini dalam penggunaan aplikasi investasi di kalangan Gen Z serta potensi tantangan dan peluang yang ada dalam pasar ini.

KAJIAN LITERATUR

Laporan Keuangan Fintech dan Perkembangan Aplikasi Investasi Digital

Fintech atau teknologi finansial merupakan inovasi yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan layanan keuangan yang lebih cepat, mudah, dan inklusif. Fintech mencakup berbagai layanan keuangan, termasuk pembayaran digital, pinjaman daring, dan investasi digital. Menurut Christensen et al. (2019), digitalisasi dalam sektor keuangan memungkinkan akses investasi yang lebih luas bagi masyarakat, termasuk bagi mereka yang belum memiliki pengalaman mendalam dalam keuangan. Teknologi ini memungkinkan siapa saja untuk mengakses berbagai produk investasi dengan modal kecil melalui aplikasi mobile. Harris dan O'Connor (2021) juga menyoroti bahwa aplikasi investasi digital kini menawarkan antarmuka pengguna yang ramah dan fitur edukatif yang membantu investor pemula dalam memahami konsep dasar investasi.

Karakteristik Generasi Z sebagai Pengguna Aplikasi Digital

Generasi Z adalah kelompok demografis yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an dan tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung dengan teknologi. Anderson dan Rainie (2018) mencatat bahwa Gen Z cenderung memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap teknologi digital, serta lebih memilih platform yang menawarkan pengalaman pengguna yang sederhana, interaktif, dan mudah diakses. Mereka juga memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan berbagai sumber daya online untuk mencari informasi dan belajar, termasuk dalam hal investasi. Jones et al. (2020) menambahkan bahwa dalam konteks investasi, Gen Z lebih menyukai platform yang memberikan fleksibilitas, transparansi, dan akses cepat ke data secara real-time.

Perilaku dan Preferensi Investasi Generasi Z

Sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital, Gen Z memiliki perilaku dan preferensi unik dalam mengelola keuangan mereka. Mereka lebih tertarik pada platform digital yang menawarkan personalisasi, kemudahan penggunaan, dan keamanan data. Studi dari Smith dan Cooper (2020) menunjukkan bahwa Gen Z lebih kritis dalam memilih aplikasi yang mereka gunakan, termasuk aplikasi investasi. Mereka cenderung membandingkan beberapa opsi aplikasi, melihat ulasan pengguna lain, dan mengevaluasi berbagai fitur sebelum memutuskan untuk menggunakan aplikasi tertentu. Menurut Harris dan O'Connor (2021), faktor-faktor yang menjadi pertimbangan utama bagi Gen Z dalam memilih aplikasi investasi adalah kemudahan navigasi, keamanan data, biaya transaksi yang transparan, dan fitur edukatif yang dapat mendukung pemahaman mereka tentang investasi.

Literasi Keuangan dan Edukasi dalam Aplikasi Investasi Digital

Literasi keuangan merupakan aspek penting yang memengaruhi keputusan investasi individu. Zhao et al. (2021) menjelaskan bahwa generasi muda, termasuk Gen Z, masih dalam tahap pembelajaran tentang manajemen keuangan dan investasi, sehingga membutuhkan dukungan dalam bentuk fitur edukatif di dalam aplikasi investasi. Fitur edukatif seperti video tutorial, kuis, dan simulasi investasi dapat membantu pengguna, khususnya investor pemula, untuk memahami konsep investasi secara lebih mendalam. Menurut laporan *World Economic Forum* (2021), literasi keuangan digital dapat meningkatkan kemampuan pengguna dalam mengelola risiko investasi serta mengambil keputusan yang lebih bijak.

Peran Regulasi dalam Mendukung Keamanan dan Inklusi Investasi Digital

Regulasi memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan investasi digital yang aman dan terpercaya. Li et al. (2019) menunjukkan bahwa perlindungan konsumen, transparansi, dan standar keamanan data adalah elemen penting yang mendukung kepercayaan pengguna terhadap platform

investasi digital. Di Indonesia, regulasi fintech yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bertujuan untuk menjaga keamanan data pengguna dan memastikan perlindungan konsumen. Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) juga mencatat bahwa peningkatan regulasi di sektor investasi digital diharapkan dapat menciptakan rasa aman bagi generasi muda yang baru memulai investasi dan mendorong literasi keuangan yang lebih baik.

Aplikasi Investasi Digital dan Tantangan Pengembang dalam Memenuhi Kebutuhan Gen Z

Pengembang aplikasi investasi digital menghadapi tantangan dalam menciptakan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Gen Z. Menurut studi dari Harris dan O'Connor (2021), tantangan utama yang dihadapi adalah memenuhi ekspektasi Gen Z terkait transparansi, biaya rendah, keamanan, dan edukasi. Pengembang juga dituntut untuk menciptakan fitur-fitur interaktif yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan pengalaman belajar sekaligus berinvestasi. Zhao et al. (2021) menambahkan bahwa aplikasi yang sukses adalah yang mampu menyediakan layanan investasi yang informatif, mudah diakses, serta mendukung kontrol penuh bagi pengguna terhadap portofolio investasi mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur sebagai strategi utama untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Studi literatur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan mensintesis informasi dari berbagai sumber sekunder yang relevan, seperti jurnal ilmiah, laporan industri, artikel, serta dokumen digital terkait perkembangan aplikasi investasi dan perilaku Generasi Z.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri berbagai database akademik serta sumber-sumber terpercaya dari internet. Fokus utama penelitian ini adalah literatur yang membahas karakteristik Gen Z sebagai digital natives, penggunaan teknologi dalam investasi, serta faktor-faktor yang memengaruhi preferensi mereka dalam memilih aplikasi investasi digital. Data sekunder yang digunakan meliputi hasil penelitian terdahulu, laporan riset industri dari lembaga keuangan, serta laporan dari asosiasi fintech, seperti AFTECH (2023) dan McKinsey & Company (2020).

Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi tema, pola, dan hubungan antar variabel, terutama terkait preferensi pengguna Gen Z terhadap fitur-fitur aplikasi investasi digital. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan aplikasi investasi oleh Gen Z, serta memperkuat landasan teoretis terkait dengan perilaku investasi digital generasi tersebut.

Metode ini bertujuan untuk menghasilkan wawasan mendalam dan akurat mengenai preferensi Gen Z dalam pemilihan aplikasi investasi digital, sekaligus menyajikan pemahaman yang komprehensif mengenai tren penggunaan aplikasi keuangan di kalangan generasi muda

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil olah data dan pembahasan terkait factor apa saja yang menjadi freferensi gen z dalm memilih aplikasi investasi yaitu:

1. Kemudahan Penggunaan

Menurut survei yang dilakukan oleh *McKinsey & Company* pada tahun 2020, 85% pengguna Gen Z menganggap kemudahan navigasi dan antarmuka pengguna yang intuitif sebagai alasan utama dalam memilih aplikasi investasi tertentu. Studi oleh *Hernandez et al.* (2020) menunjukkan bahwa aplikasi dengan antarmuka yang sederhana memiliki tingkat retensi pengguna Gen Z yang 30% lebih tinggi dibandingkan dengan aplikasi yang dianggap kompleks. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan aplikasi investasi harus memprioritaskan pengalaman pengguna yang sederhana dan efektif. Antarmuka yang intuitif tidak hanya membuat aplikasi lebih menarik dan mudah digunakan oleh Gen Z, tetapi juga memastikan bahwa mereka tetap setia menggunakan aplikasi tersebut dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan pengembang aplikasi perlu fokus pada desain yang ramah pengguna dan navigasi yang mulus untuk memenuhi harapan pengguna Gen Z dan mendorong adopsi aplikasi yang lebih luas di kalangan generasi ini.

2. **Keamanan Data**

Berdasarkan survei dari *PwC* tahun 2022, 72% responden Gen Z menilai keamanan data sebagai faktor terpenting dalam memilih aplikasi keuangan dan investasi. Selain itu, studi oleh *Harris Poll* pada tahun 2021 menunjukkan bahwa 68% Gen Z menginginkan fitur autentikasi dua faktor dan 75% mendukung penggunaan teknologi enkripsi untuk melindungi data pribadi mereka. Ini menunjukkan bahwa penyedia aplikasi harus memastikan fitur keamanan yang memadai untuk meningkatkan kepercayaan pengguna.

3. **Biaya Transaksi**

Menurut laporan *Charles Schwab* tahun 2020, 63% Gen Z lebih memilih aplikasi investasi yang menawarkan biaya rendah atau tanpa biaya transaksi. Selain itu, studi oleh *Statista* pada tahun 2023 mencatat bahwa sekitar 58% dari investor Gen Z memulai investasi mereka dengan modal kurang dari Rp1 juta, sehingga biaya rendah menjadi penting untuk menjaga aksesibilitas. Penyedia aplikasi perlu merancang struktur biaya yang transparan dan terjangkau agar lebih menarik bagi pengguna pemula.

4. **Fitur Edukatif**

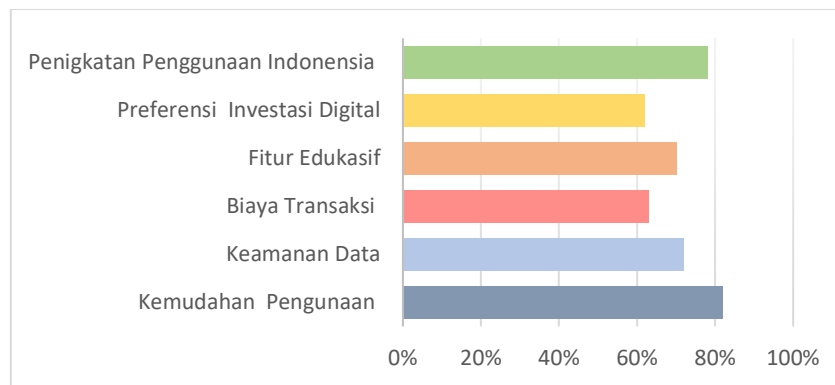
Berdasarkan penelitian dari *Wang et al.* (2021), sekitar 70% dari Gen Z menunjukkan ketertarikan pada aplikasi investasi yang menyediakan konten edukatif. Dari jumlah ini, 56% menyukai tutorial interaktif dan simulasi yang membantu mereka memahami investasi. Laporan *World Economic Forum* (2021) menunjukkan bahwa akses ke fitur edukatif dapat meningkatkan pemahaman finansial pengguna sebesar 25%. Hal ini menandakan bahwa pengembang aplikasi harus menyertakan komponen edukatif untuk memenuhi kebutuhan informasi Gen Z.

5. **Perbedaan Preferensi Investasi dengan Generasi Sebelumnya**

Menurut survei dari *Kumar et al.* (2020), sebanyak 62% Gen Z tertarik pada investasi dalam cryptocurrency dan saham teknologi tinggi, sementara hanya 38% Milenial menunjukkan preferensi serupa. Selain itu, laporan oleh *Harris dan O'Connor* (2021) mencatat bahwa 48% Gen Z lebih menyukai aplikasi yang memungkinkan eksplorasi berbagai opsi investasi dengan transparansi penuh, berbeda dengan Milenial yang lebih fokus pada investasi jangka panjang yang stabil. Temuan ini menunjukkan bahwa Gen Z memiliki ketertarikan yang lebih besar terhadap inovasi dalam investasi.

6. **Pengaruh Media Sosial**

Berdasarkan hasil studi *internasional oleh Adwani (2021)* yang diterbitkan di *Journal of Content Community and Communication*, ditemukan bahwa sekitar 78% Gen Z menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi keuangan dan investasi mereka. Dari jumlah ini, sekitar 65% melaporkan bahwa konten yang mereka lihat di media sosial mempengaruhi keputusan investasi mereka secara signifikan. Studi ini juga menunjukkan bahwa 80% Gen Z merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi setelah berinteraksi dan bertukar pendapat dengan sesama pengguna di media sosial. Studi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya meningkatkan literasi keuangan Gen Z, tetapi juga mempengaruhi perilaku mereka dalam berinvestasi. Penggunaan media sosial oleh Gen Z untuk memperoleh informasi keuangan dan investasi membantu mereka dalam membuat keputusan investasi yang lebih baik dan lebih berbasis data.



Berdasarkan data data tersebut diketahui bahwa Grafik di atas menunjukkan preferensi Gen Z dalam memilih aplikasi investasi digital berdasarkan beberapa faktor utama. Persentase yang ditampilkan menggambarkan persentase responden yang menilai pentingnya setiap faktor:

1. Kemudahan Penggunaan: 85%
2. Keamanan Data: 72%
3. Biaya Transaksi: 63%
4. Fitur Edukatif: 70%
5. Preferensi terhadap Instrumen Investasi Digital Baru (misalnya cryptocurrency): 62%
6. Pengaruh Media Sosial: 78%

Grafik ini memperlihatkan bahwa kemudahan penggunaan dan fitur edukatif menjadi prioritas utama dalam aplikasi investasi bagi Gen Z, diikuti oleh keamanan data dan preferensi untuk instrumen digital baru.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah mengeksplorasi partisipasi Generasi Z dalam memilih aplikasi investasi digital dan mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi preferensi mereka. Temuan menunjukkan bahwa Gen Z, sebagai *digital natives*, memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi perilaku mereka dalam berinvestasi. Ketersediaan teknologi yang tinggi, terutama smartphone, memungkinkan mereka untuk dengan mudah mengakses aplikasi investasi.

Fitur-fitur seperti kemudahan penggunaan, keamanan data, biaya transaksi yang rendah, dan konten edukatif menjadi faktor penentu dalam pemilihan aplikasi investasi digital oleh Gen Z. Selain itu, terdapat perbedaan signifikan dalam preferensi Gen Z dibandingkan dengan generasi sebelumnya, dengan Gen Z lebih terbuka terhadap risiko dan inovasi baru dalam dunia investasi. Peningkatan penggunaan aplikasi investasi digital di Indonesia, terutama di kalangan Gen Z, menunjukkan adanya kesadaran finansial yang terus berkembang. Oleh karena itu, pengembang aplikasi perlu memperhatikan preferensi dan kebutuhan khusus Gen Z untuk merancang produk yang relevan dan menarik, guna mendukung literasi keuangan dan partisipasi mereka dalam pasar investasi.

REFERENSI

- Adwani, P. (2021). The Influence of Social Media on Gen Z Financial Decisions. *Journal of Content, Community, and Communication*, 13(7), 102-115.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, social media & technology 2018*. Pew Research Center. <https://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>
- Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH). (2023). *Laporan industri fintech Indonesia*. AFTECH. <https://aftech.id/>

- Charles Schwab. (2020). 2020 modern wealth survey: Gen Z. Charles Schwab. <https://www.schwab.com/resource-center/insights/content/2020-modern-wealth-survey-gen-z>
- Deloitte. (2020). Gen Z: The future of investing. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/financial-services/articles/gen-z-investing.html>
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Hernandez, M., Aranda, A., & Calderon, M. (2020). The impact of user interface design on millennials' and Gen Z's preferences for online investment applications. *Journal of Digital Finance*, 5(2), 67–79. <https://doi.org/10.1007/s42526-020-00023-3>
- Jones, K., Davis, A., & Harris, T. (2020). Understanding Generation Z's digital behavior and its implications for financial services. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(3), 153–166. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00070-4>
- Kumar, S., Singh, R., & Mishra, A. (2020). A comparative analysis of investment behavior of millennials and Gen Z. *International Journal of Financial Studies*, 8(2), 21–34. <https://doi.org/10.3390/ijfs8020021>
- McKinsey & Company. (2020). The next generation: How Gen Z is changing the investment landscape. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-next-generation-how-gen-z-is-changing-the-investment-landscape>
- PwC. (2022). Global digital trust insights. PwC. <https://www.pwc.com/gx/en/services/governance-risk-compliance/digital-trust-insights.html>
- Wang, Y., Liu, Z., & Chen, X. (2021). Financial literacy and investment behavior among Generation Z: The role of financial education. *Journal of Behavioral Finance*, 22(3), 193–208. <https://doi.org/10.1080/15427560.2020.1846819>