

PENGARUH FAMILIARITY BIAS TERHADAP KEPUTUSAN

INVESTASI DI PASAR MODAL

SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Putra Mubaraq Ihsan

Mahasiswa : 20311329

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

YOGYAKARTA

2024

PENGARUH FAMILIARITY BIAS TERHADAP KEPUTUSAN

INVESTASI DI PASAR MODAL

SKRIPSI

Ditulis dan Diajukan untuk memenuhi Syarat Ujian Akhir Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Manajemen,

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Ditulis oleh:

Nama : Putra Mubaraq Ihsan

Mahasiswa : 20311329

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 13 Mei 2024



Putra Mubaraq Ihsan



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Arie Pantadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No.: 592/Ka.Div/10/Div.PP/V/2024

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Putra Mubaraq Ihsan**
Nomor Mahasiswa : **20311329**
Dosen Pembimbing : **Dra. Nurfauziah, M.M.**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Karya Ilmiah : **Pengaruh Familiarity Bias Terhadap Keputusan
Investasi di Pasar Modal**
Nomor Hp : **081310606521**

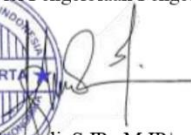
Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **19% (sembilan belas persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 13 Mei 2024

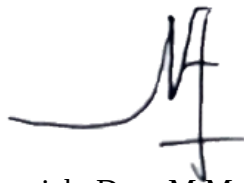
Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan,


Sutardi, S.IP., M.IP.

**PENGARUH FAMILIARITY BIAS TERHADAP KEPUTUSAN
INVESTASI DI PASAR MODAL**

Nama : Putra Mubaraq Ihsan
Nomor Mahasiswa : 20311329
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Keuangan

Yogyakarta, 30 May 2024
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen pembimbing,



Nurfauziah, Dra., M.M.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH BIAS FAMILIARITY TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PASAR MODAL:
MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

Disusun oleh : Putra Mubaraq Ihsan

Nomor Mahasiswa 20311329

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Senin, 03 Juni 2024

Penguji/Pembimbing TA : Nurfauziah, Dra., M.M.

Penguji : Sri Mulyati, Dra., M.Si.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *familiarity bias* terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia (FBE UII) di pasar modal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei dengan kuesioner yang didistribusikan secara daring kepada mahasiswa FBE UII angkatan 2020-2023. Sampel yang dipilih adalah mahasiswa yang pernah atau sedang melakukan investasi di pasar modal. *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *familiarity bias* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan investasi di pasar modal. Investor yang kurang berpengalaman cenderung memilih perusahaan atau sektor yang dikenal baik (familiar) saat berinvestasi di pasar modal, meski tanpa analisis mendalam. Oleh karena itu, perlu pendekatan analitis yang lebih objektif untuk meningkatkan kualitas keputusan investasi. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap bidang *behavioral finance* dengan menunjukkan bagaimana *familiarity bias* memengaruhi keputusan investasi individu.

Kata Kunci: *Familiarity bias*, Keputusan investasi, Pasar modal, *Behavioral finance*, Mahasiswa.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji hanya bagi Allah yang telah memberikan rezeki dan limpahkan karunia-Nya dalam bentuk kesehatan dan kekuatan yang berlimpah. Tak lupa salam dan sholawat semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari masa kegelapan menuju cahaya ilmu hingga saat ini. Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, Segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Familiarity Bias* terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal”, dengan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Dalam perjalanan penulisan ini, penulis telah menghadapi berbagai rintangan, namun dengan rahmat dan karunia Allah, serta dukungan dan motivasi dari berbagai pihak, penulis berhasil mengatasi semua hambatan tersebut. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Allah atas rahmat, rezeki, serta hidayah-nya sehingga penulis diberikan kekuatan dan Kesehatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak H. Ihsan dan Ibu Hj. Hasni selaku orang tua yang telah memberikan penuh kasih menyayangi, mendidik, memberikan doa, dukungan, serta nasihat kepada penulis. Penulis sangat menghargai dan mencintai mereka, serta berharap dapat menjadi anak yang membuat mereka bangga.

3. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
5. Ibu Nurfauziah, Dra., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan dalam membimbing penulisan tugas akhir penulis.
6. Teman-teman kampus peminatan keuangan dan seangkatan yang tidak hentinya selalu memberikan bantuan dan semangat dalam proses mengerjakan tugas akhir.
7. Teman-teman kampus yang telah menjadi responden dalam penelitian untuk memenuhi kebutuhan dari penelitian tugas akhir ini.
8. Pihak-pihak lain yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungan yang diberikan.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kontribusi Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Keputusan Investasi	7
2.2 Familiarity Bias	9
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	10
2.4 Kerangka Konsep Penelitian.....	11
BAB III METODE PENELITIAN	12
3.1 Pendekatan Penelitian	12
3.2 Populasi dan Sampel.....	12
3.3 Variabel dan Pengukuran.....	13
3.4 Pengujian Hipotesis	14
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	18

4.1 Deskripsi Data Responden.....	18
4.2 Analisis Deskriptif	20
4.3 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran).....	23
4.4 Pengujian Inner Model (Model Struktural)	29
4.5 Pembahasan	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	34
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Implikasi Manajerial	35
5.3 Keterbatasan	36
5.4 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA.....	37
LAMPIRAN	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Investasi pasar modal memiliki peran yang penting dalam ekonomi sebuah negara dengan melakukan fungsi ekonomi serta keuangan menurut Pakpahan (2003). Dalam peran ekonomi, pasar modal menyatukan investor yang memiliki dana lebih dengan pihak yang mencari dana atau issuer. Interaksi antara kedua pihak ini memberikan peluang untuk mendapatkan keuntungan finansial berupa return bagi investor dan dana tambahan bagi issuer. Ada beragam jenis investasi yang telah dikenal di masyarakat, salah satunya melalui pasar modal. Menurut Tandelilin (2017) pasar modal adalah tempat pertemuan antara mereka yang memiliki dana lebih untuk berinvestasi dan mereka yang membutuhkan dana, di mana mereka melakukan transaksi jual beli sekuritas. Sekuritas yang diperdagangkan biasanya memiliki jangka waktu lebih dari satu tahun dan mencakup berbagai instrumen seperti saham, obligasi, dan reksadana.

Menurut Sukirno (2016), pasar modal pada dasarnya berfungsi sebagai sarana yang efektif untuk mengalokasikan dana masyarakat ke dalam inisiatif yang produktif. Dana yang terkumpul di pasar modal bisa berasal dari investasi jangka panjang atau pendek. Dengan demikian, upaya pemerintah untuk meningkatkan modal ekonomi bisa dilakukan melalui pasar modal, tempat dimana individu dengan dana lebih dapat menginvestasikan keuangannya. Ini menjelaskan mengapa mahasiswa termasuk di antara mereka yang berpartisipasi dalam pasar modal, tak heran bahwa mahasiswa juga merupakan salah satunya.

Mahasiswa generasi sekarang ini memiliki kebiasaan yaitu mengikuti tren yang sedang terjadi dan tidak ingin kelewatan dari hal itu. Mahasiswa cenderung lebih terbuka untuk mencoba hal-hal baru, termasuk melakukan investasi modern seperti investasi di pasar modal. Menurut Tandio dan Widanaputra (2016) salah satu motivasi mahasiswa untuk berinvestasi adalah untuk mendapatkan penghasilan tambahan di samping uang saku dari orang tua. Beberapa dari mereka memandang dengan melakukan investasi di pasar modal akan menjadi peluang penghasilan tambahan selain pemasukan yang didapatkan seperti dari orang tua, bisnis atau usaha dan lain sebagainya. Hal ini menjadi daya tarik bagi mahasiswa yang ingin memiliki perekonomian yang baik secara finansial. Menurut Dhar dan Zhu (2006) mahasiswa dapat dianggap sebagai investor pemula atau kurang berpengalaman dalam berinvestasi di pasar modal karena umumnya mereka memiliki toleransi terhadap resiko yang lebih tinggi dan kecenderungan untuk mengikuti tren investasi tanpa melakukan analisis lebih mendalam. Oleh karena itu penelitian ini akan berfokus kepada Mahasiswa FBE UII (Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia) program sarjana (S1) dan sarjana terapan (D4).

Addinpujoartanto dan Darmawan (2020) menggambarkan bahwa keputusan investasi merupakan proses pengambilan keputusan oleh investor, baik itu perusahaan maupun individu, yang berdasarkan pada kapital dan informasi yang diperoleh. Investor bertujuan untuk mendapatkan pengembalian yang diharapkan serta meningkatkan nilai aset di pasar modal. Untuk mencapai hal ini, investor harus membuat keputusan investasi yang tepat. Dalam prakteknya,

keputusan tersebut bisa didasarkan pada pemikiran rasional atau irasional. Pasar modal akan berfungsi lebih efisien dan kuat ketika investor bertindak secara rasional dalam mengambil keputusan mereka. Namun, tidak semua investor berperilaku rasional, termasuk beberapa investor yang kurang berpengalaman seperti mahasiswa. Seorang investor yang baik akan merencanakan dan melakukan penelitian mendalam sebelum berinvestasi, sementara investor yang kurang pengalaman seringkali tidak melakukan ini. Dalam proses pengambilan keputusan investasi, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi, salah satunya yaitu perilaku bias.

Perilaku bias menurut Berthet (2022) merupakan kecenderungan seseorang yang menyimpang secara sistematis dari rasionalitas dalam penilaian, pemikiran, dan pengambilan keputusan yang disebabkan oleh faktor-faktor psikologis dan terbatasnya kemampuan kognitif manusia. Dalam studi yang dilakukan oleh Weixiang et al (2022), diketahui bahwa investor sering kali mengambil keputusan investasi yang tidak rasional karena dipengaruhi oleh bias kognitif dan emosional. Perilaku bias yang tidak rasional ini sering ditemukan pada mahasiswa ketika mereka ingin mengambil sebuah keputusan. Perilaku bias yang sering dijumpai pada investor yang kurang pengalaman dalam mengambil keputusan berinvestasi di pasar modal yaitu *familiarity bias*.

Familiarity bias menurut Riedl dan Smeets (2017) adalah keinginan seseorang yang mengacu pada preferensi untuk memilih investasi yang familiar atau dikenal dengan baik oleh investor. *Familiarity bias* juga dapat menciptakan penilaian dan memutuskan hal-hal yang mereka anggap familiar saja. Dalam

konteks investasi, *familiarity bias* adalah perilaku investor yang selalu mengevaluasi sesuatu dan kemudian mengambil keputusan hanya berdasarkan apa yang mereka kenali saja dalam pasar modal.

Pada penelitian sebelumnya tentang *familiarity bias* oleh Bulipopova (2014), ini melakukan pendekatan eksperimental yang menjelaskan korelasi yang kuat antara familiar dan efek disposisi. Efek disposisi adalah kecenderungan investor menjual lebih cepat saham-saham yang berkinerja bagus dan menahan terlalu lama saham-saham yang berkinerja buruk. Dilakukan 714 pengujian dimana para responden diberikan pertanyaan untuk menjual saham yang familiar bagi responden dan saham yang tidak familiar bagi responden. Hasil dari responden ini menunjukkan bahwa saham yang familiar bagi mereka itu ditahan untuk tidak dijual, sedangkan saham yang tidak familiar mereka menjualnya. Dapat diartikan bahwa penelitian tersebut menunjukkan saham yang tidak dikenali atau tidak familiar bagi investor akan diabaikan dan saham yang mereka kenali atau familiar akan mereka investasikan. Nurcahya dan Maharani (2021) menyatakan bahwa Investor cenderung menginvestasikan uang mereka pada perusahaan atau industri yang sudah familiar bagi mereka. Pada penelitian dari Lei dan Mathers (2024) menemukan bahwa *familiarity bias* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi, terutama pada investor yang kurang berpengalaman.

Banyak penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa perilaku investor berperan penting dalam pengambilan keputusan investasi, dengan menekankan bahwa bias keakraban (*familiarity bias*) memiliki pengaruh

signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal. Yang membedakan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu objek pada penelitian ini adalah mahasiswa FBE UII yang dimana dapat digambarkan bahwa mahasiswa masih kurang berpengalaman dalam berinvestasi di pasar modal. Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah mahasiswa FBE UII yang sedang atau telah berinvestasi di pasar modal dipengaruhi oleh *familiarity bias* dalam membuat keputusan investasi mereka, dan apakah bias ini berdampak signifikan terhadap keputusan investasi mereka. Mahasiswa FBE UII yang menjadi subjek penelitian ini adalah mereka yang berada di angkatan 2020-2023.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah *familiarity bias* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi mahasiswa FBE UII di pasar modal?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui pengaruh *familiarity bias* terhadap pengambilan keputusan investasi mahasiswa FBE UII di pasar modal.

1.4 Kontribusi Penelitian

1. Penelitian ini akan berkontribusi terhadap kajian teoritis di bidang *behavioral finance*, terutama kaitannya dengan bagaimana faktor psikologis dan bias mungkin mempengaruhi keputusan individu dalam berinvestasi.
2. Penelitian ini akan dapat memberi manfaat kepada investor yang masih pemula kaitannya dengan kepentingan agar investor mampu mengambil

keputusan investasi yang optimal dengan melakukan riset yang lebih mendalam agar mendapatkan hasil sesuai harapan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Keputusan Investasi

Herlina et al, (2020) mendefinisikan keputusan investasi sebagai rangkaian proses yang dilakukan oleh seorang investor berdasarkan kumpulan informasi yang mereka miliki. Informasi mengenai suatu perusahaan bisa mempengaruhi perubahan dalam persepsi, keyakinan, dan penilaian seorang investor mengenai nilai atau kualitas dari perusahaan tersebut. Karena itu, cara informasi tentang perusahaan diproses bisa menghasilkan reaksi yang beragam dari berbagai investor, yang masing-masing memiliki perilaku yang unik.

Menurut Toma (2015), ada dua bentuk perilaku yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan investasi oleh para investor: perilaku rasional dan perilaku irasional. Perilaku rasional adalah pendekatan di mana investor menggunakan logika dan pertimbangan objektif dalam mengambil keputusan. Dalam pendekatan ini, keputusan dibuat berdasarkan analisis menyeluruh terhadap informasi yang tersedia di pasar, yang didukung oleh data dan fakta yang dapat diverifikasi. Sebaliknya, perilaku irasional adalah ketika keputusan investasi tidak dibuat berdasarkan penilaian yang logis, melainkan dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang mungkin melibatkan emosi atau tekanan psikologis. Dalam kasus perilaku irasional, investor mungkin mengabaikan bukti objektif dan mengandalkan intuisi atau pengaruh sosial yang bisa menyebabkan keputusan yang kurang optimal. Memahami perbedaan antara kedua perilaku ini penting untuk

mengidentifikasi bagaimana keputusan dibuat dan cara terbaik untuk mendekati pengambilan keputusan dalam investasi.

Waweru et al (2014), menekankan bahwa faktor psikologis adalah salah satu aspek penting yang mempengaruhi keputusan investasi seorang investor, terutama ketika memilih produk dan perusahaan yang berpotensi memberikan return yang lebih tinggi. Keputusan yang diambil oleh investor ini sangat krusial dalam menentukan kesuksesan investasi mereka. Faktor lain seperti emosi, keterampilan, kebiasaan, kepribadian, serta pengaruh dari lingkungan eksternal juga berperan dalam menjelaskan mengapa terkadang investor membuat keputusan yang tidak tepat. Pengetahuan mengenai faktor-faktor ini penting untuk memahami dinamika di balik pengambilan keputusan yang dilakukan oleh investor.

Jagongo dan Mutswenje (2014) memberitahu bahwa pengambilan keputusan investasi membutuhkan pemikiran mendalam karena kompleksitasnya. Investor sering melakukan kesalahan karena ingin meminimalkan kerugian. Beberapa faktor penting seperti niat baik perusahaan, diversifikasi, kinerja perusahaan, ROI, dan persepsi investor harus dipertimbangkan. Investor perlu memahami semua variabel yang dapat memengaruhi investasi untuk mengambil keputusan yang tepat.

Eduardus Tandelilin (2017) menggambarkan pasar modal sebagai lokasi di mana pertemuan antara pemilik modal atau kapital dengan mereka yang membutuhkan modal terjadi, melalui perdagangan surat berharga. Di pasar modal, yang merupakan sebuah sistem keuangan yang terstruktur dan diorganisir secara formal oleh bank komersial serta pelaku keuangan lainnya, berbagai jenis surat berharga diperdagangkan. Ini termasuk saham dan obligasi, yang semuanya

dikelola dalam sebuah lingkungan yang diatur oleh hukum dan diawasi oleh perantara keuangan yang resmi. Dengan demikian, pasar modal tidak hanya berfungsi sebagai tempat perdagangan, tetapi juga sebagai mekanisme penting yang mendukung aliran modal di ekonomi, menyediakan *platform* bagi perusahaan untuk mengakses pendanaan dan bagi investor untuk mencari peluang investasi potensial. Ini membantu memastikan bahwa sumber daya keuangan dialokasikan secara efisien dalam ekonomi.

2.2 Familiarity Bias

Shefrin dan Statman (1985), mendefinisikan *behavioral finance* sebagai studi tentang pengaruh fenomena psikologi terhadap perilaku keuangan. Sedalia dan Butar (2016) kemudian memperluas definisi ini dengan menjelaskan bahwa *behavioral finance* mengkaji cara prediksi pasar keuangan dengan mengintegrasikan dua bidang ilmu, yaitu psikologi dan ekonomi, untuk mengembangkan proses pengambilan keputusan investasi. Berbagai penelitian telah menegaskan bahwa faktor-faktor psikologis yang dimiliki investor sering kali memainkan peran kunci dalam keputusan investasi mereka.

Familiarity bias merupakan sebuah konsep dalam *behavioral finance* yang menggambarkan kecenderungan seseorang untuk lebih memilih investasi atau objek yang sudah familiar atau sudah dikenal. *Familiarity bias* menurut Riedl dan Smeets (2017) adalah keinginan seseorang yang mengacu pada preferensi untuk memilih investasi yang familiar atau dikenal dengan baik oleh investor. Nurcahya dan Maharani (2021) menyatakan bahwa Investor cenderung menginvestasikan uang mereka pada perusahaan atau industri yang sudah familiar bagi mereka.

Dengan itu ketertarikan investor lebih tertuju pada hal yang sudah mereka kenali atau familiar bagi mereka.

Investor yang terbilang masih kurang berpengalaman dalam melakukan pengambilan keputusan investasi terkadang mereka cenderung untuk melakukan investasi pada perusahaan atau industri yang sudah familiar atau dikenal dengan baik oleh mereka pendapat dari Bhandari (2022). Menurut Dhar dan Zhu (2006) kita dapat menganggap bahwa mahasiswa merupakan investor yang masih kurang pengalaman dalam berinvestasi. Kemungkinan dari mahasiswa ini melakukan pengambilan keputusan investasi berdasarkan perilaku *familiarity bias*.

2.3 Pengembangan Hipotesis

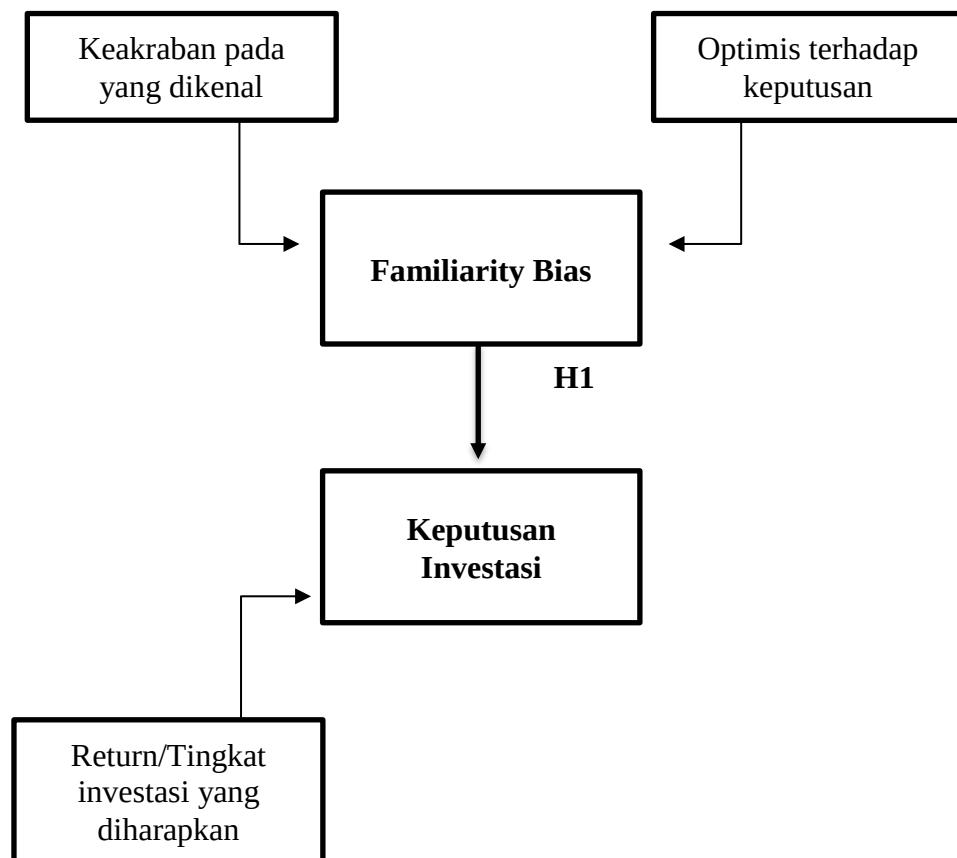
Familiarity bias memiliki dampak signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal, ini berarti bahwa peningkatan dalam *familiarity bias* cenderung meningkatkan keputusan investasi, dan sebaliknya. Seorang investor yang memiliki kecenderungan untuk lebih memilih perusahaan atau emiten yang sudah ia kenali dengan baik, maka ia beranggapan bahwa berinvestasi ke emiten itu akan menguntungkan karena sifat familiar yang mempengaruhinya. Hasil dari berinvestasi dengan pengaruh *familiarity* itu bisa positif maupun negatif tergantung seberapa kuat tingkatannya dan informasi yang diraihinya.

Investor yang terbilang masih kurang berpengalaman dalam melakukan pengambilan keputusan investasi terkadang mereka cenderung untuk melakukan investasi pada perusahaan atau industri yang sudah familiar atau dikenal dengan baik oleh mereka menurut Bhandari (2022). Menurut Dhar dan Zhu (2006) kita dapat menganggap bahwa mahasiswa merupakan investor yang masih kurang

pengalaman dalam berinvestasi. Nurcahya dan Maharani mengatakan (2021) Investor cenderung menginvestasikan uang mereka di pasar modal pada perusahaan atau industri yang sudah familiar bagi mereka. Berdasarkan Riedl dan Smeets (2017), ada kecenderungan yang kuat untuk memilih investasi yang sudah familiar atau dikenal dengan baik. Terdapat hubungan positif antara *familiarity bias* dan keputusan investasi di pasar modal. Oleh karena itu, *familiarity bias* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal yang dibuat oleh mahasiswa FBE UII.

(H1): Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara familiarity bias dengan keputusan investasi di pasar modal.

2.4 Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yang didesain untuk menemukan model ideal yang bisa menjelaskan dan menggambarkan bagaimana *familiarity bias* mempengaruhi keputusan investasi, khususnya kepada mahasiswa FBE UII dengan menggunakan pendekatan penelitian survey. Pendekatan survey meneliti sampel yang dituju dengan kuesioner untuk mengumpulkan data, dimana di dalam kuesioner itu telah ditetapkan item-item pertanyaan atau pernyataan. Tujuan pendekatan survey ini yaitu menampilkan deskripsi atau paparan dalam bentuk grafik atau table yang dimana memberikan gambaran tentang apa yang responden alami. Bentuk dari kuesioner dibuat menggunakan *google form* yang dibagikan melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram* dan lain sebagainya. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan mengirimkan *link* kuesioner secara pribadi melalui *personal chat*.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia angkatan 2020-2023. Sampel penelitian ini harus memiliki kriteria pernah atau sedang melakukan investasi di pasar modal. Mengingat mahasiswa yang pernah atau sedang berinvestasi di pasar modal di

Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII terbatas jadi teknik sampelnya yaitu non-probability sampling. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling yang dimana menetapkan kriteria-kriteria khusus yang kita anggap representative.

3.3 Variabel dan Pengukuran

Penelitian ini mengukur pengaruh *familiarity bias* terhadap keputusan investasi di pasar modal. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *familiarity bias*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan investasi di pasar modal. Skala likert digunakan untuk mengukur indikator dengan skala 1-4, dimana 1 untuk penilaian terendah dan 4 untuk penilaian tertinggi. Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut:

STS = Sangat Tidak Setuju (1) S = Setuju (3)

TS = Tidak Setuju (2) SS = Sangat Setuju (4)

Tabel 3.1 Pengukuran Variabel

Konstruk	Indikator
Familiarity bias	1. keakraban terhadap sesuatu yang dikenal. 2. optimis terhadap keputusan yang dibuat.
Keputusan investasi	1. return/tingkat pengembalian investasi yang diharapkan.

Pada tabel 3.1 indikator dari *familiariaty bias* memiliki 3 pernyataan dalam setiap indikator, sedangkan indikator dari keputusan investasi memiliki 6 pernyataan setiap indikatornya yang dimana pernyataan tersebut memberikan representatif terhadap indikator mereka. Total item pada kuesioner tersebut berjumlah 12 item dengan mewakili dari setiap indikator masing-masing.

3.4 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, data akan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS 4*. PLS-SEM adalah metode yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel secara kuantitatif dan memungkinkan pengujian variabel yang dilakukan secara simultan. Dalam metode SEM terdapat dua metode analisis pengukuran, yaitu analisis model luar (*outer model*) dan analisis model dalam (*inner model*). Analisis *outer model* bertujuan untuk menguji kevalidan model yang digunakan. Apabila model dinyatakan valid, analisis selanjutnya adalah *inner model*, yang digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel dan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Setelah mendapatkan hasil dari analisis *inner model*, peneliti akan melihat apakah H1 akan diterima atau ditolak. Jika diterima maka menyatakan bahwa *familiarity bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal. Jika ditolak maka H0 akan berlaku dan menyatakan bahwa tidak ada pengaruh *familiarity bias* terhadap pengambilan

keputusan investasi di pasar modal.

3.4.1 Outer Model

3.4.1.1 Uji Validitas Model

1. Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen digunakan untuk menguji apakah item-item kuesioner berkelompok sesuai dengan kelompoknya (faktornya). Pada uji validitas konvergen, yang perlu diperhitungkan adalah nilai *outer loading* dan AVE (*Average Variance Extracted*). Untuk parameter *outer loading*, dapat dikatakan valid apabila nilainya $> 0,7$. Kemudian untuk parameter AVE, nilai yang harus dimiliki adalah $> 0,5$.

2. Validitas Diskriminan

Uji diskriminan digunakan untuk mengetahui apakah item-item pada kuesioner berbeda dengan item dalam kelompok lain. Dengan uji ini dapat mengetahui apakah dua variabel cukup berbeda satu sama lain. Uji diskriminan dapat menggunakan parameter dengan melihat nilai *cross loading*. Uji ini dapat terpenuhi jika nilai korelasi indikator atau item suatu variabel ke variabel itu sendiri lebih besar jika dibandingkan dengan nilai korelasi antara item ke seluruh variabel lainnya. Selain itu, parameter yang digunakan dalam uji diskriminan adalah *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT). Hair et al (2017), menetapkan bahwa standar untuk parameter ini didefinisikan sebagai nilai yang kurang dari 0,9.

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi dari alat ukur dalam mengukur bagaimana konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu variabel, sementara *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu variabel. Menurut Hair et al (2017) suatu variabel dapat dinyatakan reliabel, apabila nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* variabel tersebut $> 0,7$.

3.4.2 Inner Model

1. Collinearity Test

Inner model, juga dikenal sebagai model struktural, dapat dianalisis menggunakan R^2 atau *r-square* (reliabilitas indikator) untuk variabel dependen, serta melakukan analisis koefisien jalur (*path coefficient*) untuk variabel yang sama. Analisis R^2 bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai R^2 yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model prediksi dalam penelitian ini lebih akurat dan efektif.

Dalam *inner model*, analisis koefisien jalur (*path coefficient*) digunakan untuk menguji hipotesis guna memahami pengaruh antar variabel. Proses pengujian ini bisa dilaksanakan dengan metode *bootstrapping* menggunakan perangkat lunak *Smart-PLS*, yang akan menghasilkan nilai untuk *path coefficient*. Keputusan untuk menerima atau

menolak hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi yang ditunjukkan oleh *P-values* dan *T-statistics*.

2. Koefisien Jalur (*Path Analysis*)

Untuk memahami pengaruh antar variabel, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* dalam *SmartPLS*. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak sebuah hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi atau dalam *smartPLS* biasa disebut *P-values* dan nilai *T-statistics*. Parameter diterimanya sebuah hipotesis adalah saat nilai signifikansi pada *P-values* kurang dari 0,05 dan nilai pada *T-statistics* lebih dari 2,01 dengan taraf signifikansi 5% atau α 5%. Sementara jika nilai *P-values* lebih dari 0,05 dan nilai pada *T-statistics* kurang dari 2,01 dengan taraf signifikansi 5% atau α 5% maka hubungan antar variabel tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

3. Koefisien Determinasi (*R square*)

Analisis varian dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai *R square* maka semakin besar pula pengaruh variabel tersebut terhadap variabel dependen.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan membahas mengenai hasil penelitian serta analisis dari “Pengaruh *Familiarity Bias* terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal” menggunakan analisis data yaitu metode SEM melalui *software SmartPLS*. Data ini dikumpulkan dengan mendistribusikan instrumen penelitian yang berupa kuesioner melalui berbagai media sosial menggunakan *Google form*. Variabel X dalam penelitian ini adalah *Familiarity Bias* yang terdiri dari enam indikator untuk mempresentasikan dari variabel X ini, yaitu indikator X1-X6. Untuk variabel Y dalam penelitian ini adalah Keputusan Investasi yang terdiri dari enam indikator untuk mempresentasikan dari variabel Y ini, yaitu indikator Y1-Y6.

4.1 Deskripsi Data Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang dimana kriteria dari responden ini adalah mahasiswa dan mahasiswi aktif program sarjana (S1) dan sarjana terapan (D4) Universitas Islam Indonesia Fakultas Bisnis

dan Ekonimika angkatan 2020-2023 yang pernah atau sedang melakukan Investasi di Pasar Modal. Hasil ini diliat melalui kuesioner yang menggunakan *google form* lalu dipilah sesuai dengan kelompok dari prodi dan angkatannya. Dapat dilihat di tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden paling banyak terdapat pada di prodi manajemen angkatan 2020 sebanyak 21 dan responden paling sedikit terdapat pada di prodi manajemen 2023, ekonomi pembangunan 2023, dan analisis keuangan 2021 sebanyak 1 responden

Tabel 4.1 Deskripsi Responden

Prodi dan Angkatan	Jumlah	Presentase
Manajemen 2020	21	42%
Manajemen 2021	9	18%
Manajemen 2022	2	4%
Manajemen 2023	1	2%
Akuntansi 2020	3	6%
Akuntansi 2021	3	6%
Akuntansi 2022	3	6%
Ekonomi Pembangunan 2020	4	8%
Ekonomi Pembangunan 2021	1	2%
Bisnis digital 2020	2	4%
Analisis Keuangan 2021	1	2%
Total	50	100%

4.2 Analisis Deskriptif

Data pada penelitian ini menggunakan skala likert 1-4, yang secara rinci penjelasan terkait analisis deskriptif variabel dapat dilihat di tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel

Variabel	Kode	Indikator	STS	TS	S	SS
Familiarity Bias	X1	Saya lebih memilih suatu industri yang saya kenali atau familiar untuk diinvestasikan di pasar modal.	2%	8%	34%	56%
	X2	Saya lebih nyaman terhadap suatu industri yang saya kenali atau familiar untuk diinvestasikan di pasar modal.	2%	4%	38%	56%
	X3	Saya sangat percaya diri dengan sesuatu hal yang sudah saya kenal untuk diinvestasikan di pasar modal.	2%	6%	42%	50%
	X4	Saya mengandalkan hal yang sudah saya kenal untuk menjadi keputusan dalam berinvestasi di pasar modal.	4%	4%	46%	46%
	X5	Saya optimis akan pilihan yang	2%	16%	30%	52%

		saya kenali dalam keputusan investasi di pasar modal.				
	X6	Saya dapat mengandalkan familiarty bias terhadap keputusan investasi pasar modal walaupun kurang berpengalaman atau baru memulai investasi di pasar modal.	4%	12%	42%	42%
Keputusan Investasi	Y1	Hasil dari investasi saya terhadap industri yang saya kenali atau familiar menghasilkan sesuai harapan saya.	2%	8%	52%	38%
	Y2	Hasil dari investasi saya terhadap industri yang saya kenali atau familiar menghasilkan return atau gain yang baik.	2%	4%	52%	42%
	Y3	Saya lebih banyak mendapatkan keuntungan dibandingkan kerugian dari investasi dipasar	2%	14%	42%	42%

		modal terhadap industri yang saya kenali atau familiar.				
	Y4	Industri yang terkenal atau banyak yang kenali dapat menjanjikan bahwa bagus atau layak untuk diinvestasikan di pasar modal dibandingkan yang lain.	2%	18%	36%	44%
	Y5	Saya yakin industri yang saya kenali atau familiar merupakan industri yang bagus untuk diinvestasikan.	2%	6%	42%	50%
	Y6	Saya yakin bahwa industri yang banyak dikenali atau familiar memiliki resiko yang kecil untuk diinvestasikan di pasar modal.	6%	16%	36%	42%

Penjelasan pada analisis dari tabel 4.3 menggunakan pengkategorian melalui interval dari nilai mean skala likert indikator. Dari data di atas dapat diketahui bahwa deskriptif masing-masing Variabel yaitu:

1. Variabel *Familiarity bias* (X) memiliki presentase paling banyak pada jawaban sangat setuju dengan rata-rata sebanyak 50,33% yang memiliki arti bahwa kebanyakan responden merasa sangat setuju dengan lebih

memilih suatu industri yang mereka kenali atau familiar untuk dijadikan suatu keputusan investasi di pasar modal. Indikator yang memiliki presentase paling besar pada jawaban sangat setuju terdapat di X1 dan X2 sebesar 56%. Keseluruhan hasil kuesioner lebih dominan kepada jawaban setuju dan sangat setuju dengan total 89,45% dari keseluruhan, yang memiliki makna bahwa responden lebih dominan kepada mengandalkan *Familiarity Bias* untuk dijadikan suatu keputusan berinvestasi di pasar modal.

2. Variabel Keputusan Investasi (Y) memiliki presentase paling banyak pada jawaban setuju dengan rata-rata sebanyak 43,57% yang memiliki arti bahwa kebanyakan responden merasa setuju dengan adanya pengaruh optimis mereka terhadap berinvestasi pada sesuatu yang mereka kenali atau familiar. Indikator yang memiliki presentase paling besar pada jawaban setuju terdapat di Y1 dan Y2 sebesar 52%. Keseluruhan hasil kuesioner lebih dominan kepada jawaban setuju dan sangat setuju dengan total 86,84% dari keseluruhan, yang memiliki makna bahwa responden lebih dominan dengan pengaruh *Familiarity Bias* dalam perilaku pengambilan keputusan.

4.3 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)

4.3.1 Validitas Konvergen

Uji *convergent validity* dilakukan untuk menilai validitas hubungan antara

tiap indikator dengan variabel terkait. Pengukuran ini dilakukan menggunakan *SmartPLS* dalam perhitungan *PLS-SEM algorithm*. Dalam pengukuran ini, nilai *outer loading* dan AVE menjadi acuan. *Outer loadings* berfungsi sebagai mengukur seberapa besar hubungan yang kuat antara indikator dengan variabelnya, dan AVE berfungsi sebagai memastikan bahwa indikator memiliki kesamaan makna dan diukur dengan cara yang konsisten. Nilai *outer loading* dianggap valid apabila lebih dari 0,7. Sementara itu, nilai AVE yang mencerminkan validitas data harus lebih dari 0,5. Hasil dari *outer loadings* dan nilai AVE dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4 Hasil Uji *Outer Loadings*

Variabel	Indikator	Outer Loadings
Familiarity Bias	X1	0,866
	X2	0,892
	X3	0,811
	X4	0,862
	X5	0,827
	X6	0,800
Keputusan Investasi	Y1	0,826
	Y2	0,858
	Y3	0,855
	Y4	0,844
	Y5	0,868

	Y6	0,753
--	----	-------

Tabel 4.5 Hasil Uji *Average Variance Extracted*

Variabel	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Familiarity Bias	0,712
Keputusan Investasi	0,697

Pada tabel 4.4 Hasil Uji *Outer loadings* dapat diketahui bahwa seluruh indikator yang digunakan menguji *outer loadings* memiliki nilai lebih dari 0,7 yang mengartikan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid dari hasil uji dan menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara indikator dengan variabelnya. Kemudian dalam tabel Hasil Uji *Average Variance Extracted*, setiap variabel menunjukkan hasil yang memenuhi standar yaitu di atas 0,5 dan menjelaskan bahwa indikator memiliki kesamaan makna dan diukur dengan cara yang konsisten. Oleh karena itu, validitas data dalam penelitian ini dapat dianggap valid.

4.3.2 Validitas Diskriminan

Dalam pengujian *discriminant validity*, *cross loading* merupakan parameter yang menentukan kevalidan data. *Cross loading* mengukur kekuatan hubungan sebuah indikator terhadap variabelnya sendiri serta terhadap variabel lain. Standar yang ditetapkan untuk *cross loading* adalah bahwa nilai hubungan antara indikator dengan variabelnya sendiri harus lebih tinggi daripada hubungan antara indikator

tersebut dengan variabel lain.

Tabel 4.6 Hasil Uji *Cross Loading*

	Familiarity Bias	Keputusan Investasi
X1	0.866	0.722
X2	0.892	0.748
X3	0.811	0.656
X4	0.862	0.769
X5	0.827	0.765
X6	0.800	0.738
Y1	0.630	0.826
Y2	0.766	0.858
Y3	0.774	0.855
Y4	0.706	0.844
Y5	0.873	0.868
Y6	0.541	0.753

Cross loadings memastikan bahwa nilai indikator tidak besar ke variabel lainnya agar meningkatkan kaitannya antara indikator dengan variabel asalnya dan menghindari indikator yang tidak relevan pada variabelnya. Hasil data *cross loading* menunjukkan bahwa nilai hubungan setiap indikator dengan variabelnya sendiri lebih tinggi dibandingkan dengan hubungan indikator tersebut dengan variabel lain. Namun, indikator Y5 memiliki nilai 0,868 dengan variabelnya, yang

ternyata lebih rendah dari nilai pada variabel lain sebesar 0,873, sehingga dianggap tidak valid. Menurut Hair et al (2017), jika suatu indikator menunjukkan nilai *cross loading* lebih tinggi pada variabel lain daripada pada variabelnya sendiri, indikator tersebut sebaiknya dihapus karena tidak memenuhi kriteria validitas diskriminan. Berdasarkan panduan ini, penulis memutuskan untuk menghapus indikator Y5 karena nilai yang lebih tinggi pada variabel lain dibandingkan dengan variabel aslinya.

Tabel 4.7 akan dimodifikasi untuk menghilangkan indikator Y5 yang dimana tidak valid dalam uji *cross loadings*. Berikut tabel yang dimodifikasi tersebut:

Tabel 4.7 Hasil Uji *Cross Loading* setelah modifikasi

	Familiarity Bias	Keputusan Investasi
X1	0.866	0.722
X2	0.892	0.748
X3	0.811	0.656
X4	0.862	0.769
X5	0.827	0.765
X6	0.800	0.738
Y1	0.630	0.826
Y2	0.766	0.858
Y3	0.774	0.855
Y4	0.706	0.844
Y6	0.541	0.753

Setelah melakukan modifikasi yang terlihat pada Tabel 4.7, hasil *cross loadings* menunjukkan bahwa nilai hubungan antara tiap indikator atau item dengan variabelnya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai hubungan indikator tersebut dengan variabel lain. Selanjutnya, indikator Y5 tidak akan digunakan dalam analisis lebih lanjut dalam penelitian ini karena tidak memenuhi kriteria validitas dalam uji *cross loadings*. Dengan demikian, indikator pada penelitian ini relevan dengan variabelnya dan data yang telah dimodifikasi dalam penelitian ini dianggap valid berdasarkan nilai *cross loadings*.

Tabel 4.8 Hasil Uji *Heterotrait Monotrait Ratio*

	Familiarity Bias	Keputusan Investasi
Familiarity Bias		0,897
Keputusan Investasi	0,897	

Pengujian HTMT hampir memiliki fungsi yang sama dengan uji *cross loadings* namun HTMT berfokus pada variabel dan memastikan bahwa variabel tersebut berbeda secara konseptual dan tidak saling tumpah tindih. Menurut Hair et al (2017), selain memeriksa nilai *cross loading*, terdapat parameter lain untuk menguji *discriminant validity* yaitu dengan menggunakan hasil HTMT (*Heterotrait-Monotrait ratio*). Data dianggap valid jika nilai HTMT kurang dari 0,9. Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 4.8, nilai HTMT untuk setiap variabel berada di bawah 0,9, yang menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas berdasarkan ukuran HTMT.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Familiarity Bias	0,919	0,921
Keputusan Investasi	0,894	0,905

Dalam Uji Reliabilitas pengukuran, parameter yang digunakan adalah nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Data dianggap reliabel jika nilai untuk kedua parameter ini lebih dari 0,7. Berdasarkan hasil yang tercatat dalam Tabel 4.9, tidak ada variabel yang mencatat nilai di bawah 0,7, sehingga data dalam penelitian ini dianggap reliabel. Hasil ini menandakan bahwa pengujian ini mengukur konsisten dan kestabilan dalam menghasilkan pengukuran dan terbukti memberikan hasil yang stabil.

4.4 Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Setelah menyelesaikan Uji *Outer Model*, langkah berikutnya adalah pengujian *Inner Model* atau yang juga dikenal sebagai Model Struktural. Untuk pengujian *Inner Model*, pertama dilakukan *Collinearity Test* yang bertujuan untuk memastikan tidak adanya korelasi tinggi antar item dalam model penelitian. Selanjutnya, analisis struktur model dilakukan melalui *Path Coefficient Analysis*, yang menggunakan metode *bootstrapping* pada *SmartPLS*. Terakhir, dilakukan uji determinasi atau *R-square* yang bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4.4.1 Collinearity Test

Collinearity Test adalah metode yang digunakan untuk menilai model struktural atau *Inner Model*. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengidentifikasi adanya korelasi tinggi antar item dalam model penelitian, situasi yang umumnya dihindari karena dapat mengganggu validitas hasil. Menurut Hair et al (2017), fenomena multikolinearitas ini dapat dinilai melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Sebuah hasil dianggap baik dan menunjukkan tidak adanya multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 5,0.

Tabel 4.10 Hasil Uji *Collinearity Test*

	Keputusan Investasi
Familiarity Bias	1,000

Tabel 4.10 menampilkan hasil dari *Collinearity Test* antar variabel. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah kolinearitas atau multikolinearitas antar variabel, yang dibuktikan dengan tidak adanya nilai VIF yang melebihi 5,0. Lebih spesifik, Tabel 4.10 mencatat nilai VIF antara *Familiarity Bias* dan Keputusan Investasi sebesar 1,000 yang jauh di bawah 5,0, menandakan tidak adanya multikolinearitas antara kedua variabel tersebut.

4.4.2 Path Analysis (Koefisien Jalur)

Pengujian hipotesis diadakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel, yang bisa dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* di *SmartPLS*. Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis bergantung pada nilai signifikansi, yang di

SmartPLS diukur dengan *P-value* dan nilai *T-statistics*. Sebuah hipotesis dinyatakan diterima jika *P-value* kurang dari 0,05 dan nilai *T-statistics* lebih dari 2,01, sesuai dengan taraf signifikansi 5% atau α 5%. Sebaliknya, jika *P-value* lebih dari 0,05 dan nilai *T-statistics* kurang dari 2,01 dengan taraf yang sama, maka hubungan antar variabel dianggap tidak signifikan dan hipotesis tersebut ditolak.

Tabel 4.11 Hasil Uji *Path Coefficient*

	T Statistics	P values	Kesimpulan
Familiarity Bias -> Keputusan Investasi	13,108	0,000	H1 Didukung

Tabel 4.11 menyajikan nilai *T-statistics* dan *P-values*, dari mana terlihat bahwa variabel memiliki *P-value* kurang dari 0,05 dan nilai *T-statistics* lebih dari 2,01. Dari data ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Familiarity Bias* memiliki hubungan yang signifikan terhadap Keputusan Investasi. Analisis *Path Coefficient* mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat positif. Oleh karena itu, hipotesis H1 dalam penelitian ini terbukti didukung. Lebih detail, Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *T-statistics* antara *Familiarity Bias* dan Keputusan Investasi adalah 13,108, yang lebih besar dari 2,010, dan *P-values* adalah 0,000, yang kurang dari 0,05, menandakan bahwa *Familiarity Bias* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal.

4.4.3 Koefisien Determinasi

Analisis varian dijalankan untuk mengukur besarnya dampak yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *R-square* yang lebih tinggi menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen juga semakin besar.

Tabel 4.12 Hasil Uji *R-square*

	<i>R-square</i>
Keputusan Investasi	0,684

Tabel 4.12 memaparkan hasil perhitungan *R-square* untuk variabel dependen, yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, *R-square* yang tercatat adalah 68,4%. Angka ini menandakan bahwa variabel *Familiarity Bias* memberikan kontribusi sebesar 68,4% terhadap Keputusan Investasi, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh *Familiarity Bias* terhadap Keputusan Investasi di Pasar

Modal

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang tersaji atau dari data *Path Coefficient* yang terlihat pada Tabel 4.11, dapat dikatakan bahwa hipotesis H1 yaitu *Familiarity Bias* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap investor yang kurang berpengalaman dalam membuat keputusan investasi di pasar modal.

Artinya, seorang investor yang kurang berpengalaman dalam berinvestasi di pasar modal untuk melakukan sebuah keputusan investasi akan mengandalkan perilaku *Familiarity Bias* atau rasa bias familiaritas dengan hal yang familiar bagi mereka. Semakin perilaku Familiarity Bias maka semakin kuat keputusan yang diambil oleh investor tersebut.

Menurut Herlina, et al (2020) pengambilan keputusan investasi berdasarkan himpunan informasi yang dimiliki, yang dimana dalam penelitian ini investor cenderung mengambil keputusan investasinya dengan informasi yang perusahaan atau industri familiar bagi mereka. Dari kurangnya pengalaman investor dalam berinvestasi di pasar modal menyebabkan mereka melakukan keputusan investasi di pasar modal dengan berdasarkan perusahaan atau industri yang sudah mereka kenali atau familiar menurut Bhandari et al (2022), yang dimana hasil penelitian ini menghasilkan hasil yang sama dengan penelitian dari Bhandari. Penelitian yang dilakukan oleh Waweru, et al (2014), faktor psikologis juga memperkuat dalam mempengaruhi investor melakukan pengambilan keputusan yang dimana faktor psikologis dipenelitian ini adalah *Familiarity Bias*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurcahya dan Maharani (2021) bahwa Investor cenderung menginvestasikan uang mereka pada Perusahaan atau Industri yang sudah familiar bagi mereka.

Pada zaman saat ini, mahasiswa-mahasiswa terutama Fakultas Bisnis dan Ekonomika sudah mulai sadar akan pentingnya mengatur keuangan untuk ekonomi mereka secara baik. Kebanyakan dari mereka memandang menginvestasikan uang mereka dalam pasar modal merupakan salah satu

bentuk mengatur ekonomi mereka menjadi lebih baik. Dalam mengambil keputusan berinvestasi di pasar modal, kebanyakan dari mereka masih bingung dengan Perusahaan atau industri mana yang akan mereka investasikan. Hasil penelitian ini menjawab, kebanyakan Mahasiswa dari sampel ini mengandalkan *familiarity bias* untuk mendasari pengambilan keputusan investasi di pasar modal dengan menginvestasikan kepada perusahaan atau industri yang mereka kenali atau familiar bagi mereka.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan uji hipotesis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Familiarity Bias* secara signifikan dan positif mempengaruhi proses pengambilan keputusan investasi di pasar modal oleh mahasiswa FBE UII.
2. *Familiarity Bias* mempengaruhi mahasiswa FBE UII yang kurang berpengalaman dalam berinvestasi di pasar modal untuk menggunakan pengambilan keputusan investasinya.
3. Indikator yang memiliki pengaruh paling besar kepada hasil penelitian ini terdapat pada X1, X2, Y1, dan Y2, menunjukkan bahwa responden dominan mengatakan setuju dan sangat setuju pada indikator tersebut dan memberikan hasil kontribusi yang besar daripada indikator lain pada hasil penelitian ini.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Familiarity Bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal yang diambil oleh mahasiswa FBE UII yang masih memiliki pengalaman terbatas. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa yang berkeinginan berinvestasi di pasar modal untuk mempertimbangkan pengaruh dari *Familiarity Bias*. Ketika keputusan investasi didominasi oleh *Familiarity Bias*, ada kecenderungan bahwa keputusan tersebut kurang didasarkan pada analisis rasional, sehingga kemungkinan besar kurang optimal. Hal ini berarti bahwa selain mengakui peran *Familiarity Bias* dalam perilaku investasi mereka, mahasiswa juga harus mengintegrasikan pendekatan

yang lebih analitis dan berbasis data dalam proses pengambilan keputusan mereka. Karena itu, selain mempertimbangkan faktor perilaku *Familiarity Bias*, penting juga untuk melibatkan analisis yang lebih rasional dalam proses pengambilan keputusan. Menggunakan pendekatan analitis yang lebih objektif dapat meningkatkan kualitas keputusan investasi.

5.3 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, yang dilaksanakan oleh peneliti, terdapat beberapa keterbatasan terkait distribusi kuesioner, khususnya dalam cakupan dan jumlah responden. Peneliti menyadari bahwa masih ada beberapa mahasiswa FBE UII yang mungkin pernah atau sedang berinvestasi di pasar modal, tetapi tidak semua dapat dijangkau untuk diikutsertakan sebagai responden dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti juga merasa bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas dengan hanya satu variabel independen. Sementara masih ada ruang untuk menambahkan variabel lain, seperti faktor psikologis lain, kondisi ekonomi dan hal sebagainya.

5.4 Saran

Berdasarkan dari keterbatasan yang ada pada penelitian ini, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah responden yang ada dalam penelitiannya, baik dari dalam FBE maupun di luar FBE. Selain itu, untuk variabel independen perlu ditambahkan faktor bias yang lain atau menambah faktor selain bias untuk melihat dari sudut pandang yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Addinpujoartanto, N. A., & Darmawan, S. (2020). PENGARUH OVERCONFIDENCE, REGRET AVERSION, LOSS AVERSION, DAN HERDING BIAS TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DI INDONESIA. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(3), 175. <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i3.2863>
- Berthet, V. (2022). The Impact of Cognitive Biases on Professionals' Decision-Making: A Review of Four Occupational Areas. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.802439>
- Bhandari, H. N., Rimal, B., Pokhrel, N. R., Rimal, R., Dahal, K. R., & Khatri, R. K. C. (2022). Predicting stock market index using LSTM. *Machine Learning with Applications*, 9, 100320. <https://doi.org/10.1016/j.mlwa.2022.100320>
- Bulipopova, E., Zhdanov, V., & Simonov, A. (2014). Do investors hold that they know? Impact of familiarity bias on investor's reluctance to realize losses: Experimental approach. *Finance Research Letters*, 11(4), 463–469. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2014.10.003>
- Dhar, R., & Zhu, N. (2006). Up Close and Personal: Investor Sophistication and the Disposition Effect. *Management Science*, 52(5), 726–740. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1040.0473>
- Eduardus Tandelilin. (2017). *Pasar Modal: Manajemen Portofolio dan Investasi* (G. Sudibyo, Ed.). PT. Kanisius.
- Herlina, H., Hadiano, B., Winarto, J., & Suwarno, N. A. N. (2020). The Herding and Overconfidence Effect on the Decision of Individuals to Invest Stocks. *Journal of Economics and Business*, 3(4). <https://doi.org/10.31014/aior.1992.03.04.288>
- Jagongo, A., & Mutswenje, V. S. (2014). A Survey of the Factors Influencing Investment Decisions: The Case of Individual Investors at the NSE. In *International Journal of Humanities and Social Science* (Vol. 4, Issue 4).
- Jr., J. F. H., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107. <https://doi.org/10.1504/IJMDA.2017.087624>
- Lei, S., & Mathers, A. M. (2024). Familiarity bias in direct stock investment by individual investors. *Review of Behavioral Finance*, 16(3), 551–579.

<https://doi.org/10.1108/RBF-03-2023-0074>

- Nurchaya, S., & Maharani, S. (2021). Investor Competence and Decision Familiarity Bias Analysis for Portfolio Diversification. *Proceedings of the First International Conference on Economics, Business and Social Humanities, ICONEBs 2020, November 4-5, 2020, Madiun, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.4-11-2020.2304562>
- Pakpahan, K. (2003). Strategi Investasi di Pasar Modal. *The Winners*, 4(2), 138. <https://doi.org/10.21512/tw.v4i2.3838>
- RIEDL, A., & SMEETS, P. (2017). Why Do Investors Hold Socially Responsible Mutual Funds? *The Journal of Finance*, 72(6), 2505–2550. <https://doi.org/10.1111/jofi.12547>
- Sadalia, I., & Andrani Butar-Butar, N. (2016). *PERILAKU KEUANGAN: Teori dan Implementasi*.
- SHEFRIN, H., & STATMAN, M. (1985). The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence. *The Journal of Finance*, 40(3), 777–790. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1985.tb05002.x>
- Sukirno, S. (2016). Makro Ekonomi Teori Pengantar. *Rajawali Pers*, 3.
- Tandio T.C, & Widanaputra A.A.G.P. (2016). Sikap, Motivasi, dan Minat Investasi Mahasiswa: Studi Pengembangan Teori Dekomposisi Tingkah Laku Terencana. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 18(2), 184–194.
- Toma, F.-M. (2015). Behavioral Biases of the Investment Decisions of Romanian Investor on the Bucharest Stock Exchange. *Procedia Economics and Finance*, 32, 200–207. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01383-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01383-0)
- Waweru, N. M., Mwangi, G. G., & Parkinson, J. M. (2014). Behavioural factors influencing investment decisions in the Kenyan property market. *Afro-Asian J. of Finance and Accounting*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.1504/AJFA.2014.059500>
- Weixiang, S., Qamruzzaman, M., Rui, W., & Kler, R. (2022). An empirical assessment of financial literacy and behavioral biases on investment decision: Fresh evidence from small investor perception. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.977444>

LAMPIRAN

Kuesioner

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Putra Mubaraq Ihsan dari jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh Familiarity Bias terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal yang dilakukan oleh Mahasiswa/i Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Untuk itu, saya memohon kesedian waktu Saudara/i untuk berkenan menjadi responden dengan mengisi kuesioner ini.

Seluruh data dalam kuesioner ini dijamin kerahasiannya, dan hanya akan digunakan oleh peneliti untuk kepentingan penelitian.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kesediaan Saudara/i, saya ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

1. Nama Lengkap
2. Email

3. NIM

4. Jurusan

5. Apakah pernah atau sedang melakukan investasi di pasar modal?

- Ya
- Tidak

6. 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju), 4 (sangat setuju)

No	Pernyataan	1	2	3	4
	Familiarity Bias				
1.	Saya lebih memilih suatu industri yang saya kenali atau familiar untuk diinvestasikan di pasar modal.				
2.	Saya lebih nyaman terhadap suatu industri yang saya kenali atau familiar untuk diinvestasikan di pasar modal.				
3.	Saya sangat percaya diri dengan sesuatu hal yang sudah saya kenal untuk diinvestasikan di pasar modal.				
4.	Saya mengandalkan hal yang sudah saya kenal untuk menjadi keputusan dalam berinvestasi di pasar modal.				
5.	Saya optimis akan pilihan yang saya kenali dalam				

	keputusan investasi di pasar modal.				
6.	Saya dapat mengandalkan familiarty bias terhadap keputusan investasi pasar modal walaupun kurang berpengalaman atau baru memulai investasi di pasar modal.				
	Keputusan Investasi				
7.	Hasil dari investasi saya terhadap industri yang saya kenali atau familiar menghasilkan sesuai harapan saya.				
8.	Hasil dari investasi saya terhadap industri yang saya kenali atau familiar menghasilkan return atau gain yang baik.				
9.	Saya lebih banyak mendapatkan keuntungan dibandingkan kerugian dari investasi dipasar modal terhadap industri yang saya kenali atau familiar.				
10.	Industri yang terkenal atau banyak yang kenali dapat menjanjikan bahwa bagus atau layak untuk diinvestasikan di pasar modal dibandingkan yang lain.				
11.	Saya yakin industri yang saya kenali atau familiar merupakan industri yang bagus untuk di investasikan.				

12.	Saya yakin bahwa industri yang banyak dikenali atau familiar memiliki resiko yang kecil untuk diinvestasikan di pasar modal.				
-----	--	--	--	--	--