

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) terhadap 215 responden investor Gen Z di pasar modal Indonesia, penelitian ini menyimpulkan bahwa Bias heuristik memiliki peran penting dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi. Seluruh Bias yang diuji, yaitu *Gambler's Fallacy*, *Anchoring Bias*, *Availability Bias*, *Representativeness Bias*, dan *Overconfidence Bias*, terbukti berpengaruh positif baik secara langsung terhadap keputusan investasi maupun secara tidak langsung melalui variabel *Risk Perception*, kecuali pada hubungan *Availability Bias → Risk Perception* → keputusan investasi, yang menunjukkan hasil tidak signifikan. Hasil ini menegaskan bahwa keputusan investasi Gen Z sangat dipengaruhi oleh pola pikir intuitif dan penilaian cepat yang sering kali didasari persepsi subjektif terhadap informasi pasar. Selain itu, *Risk Perception* terbukti menjadi mekanisme psikologis yang menjembatani bagaimana Bias-Bias tersebut diterjemahkan menjadi tindakan investasi. Dengan demikian, penelitian ini mengonfirmasi bahwa pemahaman mengenai Bias perilaku sangat relevan dalam menjelaskan kualitas keputusan investasi investor muda di pasar modal Indonesia. Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan sebelumnya diperoleh hasil sebagai berikut:

1. H1 diterima, artinya gambler's fallacy bias berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic sebesar 4,123 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,163 menunjukkan arah pengaruh yang positif. Dengan demikian, kecenderungan investor untuk meyakini bahwa suatu peristiwa akan berbalik setelah terjadi berulang kali terbukti mendorong investor dalam mengambil keputusan investasi.
2. H2 diterima, yang berarti anchoring bias berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-

statistic sebesar 4,866 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,211 mengindikasikan bahwa semakin kuat kecenderungan investor berpegang pada titik acuan awal, maka semakin besar kecenderungan investor dalam mengambil keputusan investasi.

3. H3 diterima, artinya availability bias memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic sebesar 5,998 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,249 menunjukkan bahwa investor yang mengandalkan informasi yang mudah diakses atau sering muncul cenderung lebih terdorong dalam mengambil keputusan investasi.
4. H4 diterima, yang berarti representativeness bias berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 6,216 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,269 menunjukkan bahwa kecenderungan investor untuk menggeneralisasi kinerja masa lalu sebagai representasi masa depan secara nyata memengaruhi keputusan investasi yang diambil.
5. H5 diterima, artinya overconfidence bias berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic sebesar 5,634 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,228 menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan diri investor terhadap kemampuan investasinya, maka semakin besar kecenderungan investor dalam mengambil keputusan investasi.
6. H6 diterima, artinya risk perception mampu memediasi pengaruh gambler's fallacy bias terhadap keputusan investasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic sebesar 3,251 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,001 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,056 menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung bersifat positif, sehingga persepsi risiko memperkuat pengaruh gambler's fallacy terhadap keputusan investasi.
7. H7 diterima, yang berarti risk perception memediasi pengaruh anchoring bias terhadap keputusan investasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistic

sebesar 3,157 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,001 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,060 menunjukkan bahwa anchoring bias memengaruhi keputusan investasi melalui pembentukan persepsi risiko investor.

8. H8 ditolak, artinya risk perception tidak memediasi pengaruh availability bias terhadap keputusan investasi sesuai dengan arah hipotesis yang diajukan. Meskipun hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistic sebesar 2,978 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,001 ($< 0,05$), namun nilai original sample sebesar 0,050 menunjukkan arah pengaruh yang positif, sehingga tidak sejalan dengan hipotesis awal yang mengasumsikan pengaruh negatif. Dengan demikian, secara statistik hubungan tersebut signifikan, namun karena arah koefisien tidak sesuai dengan arah hipotesis, maka hipotesis H8 dinyatakan ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh availability bias terhadap keputusan investasi tidak melalui mekanisme persepsi risiko sebagaimana diasumsikan dalam hipotesis penelitian.
9. H9 diterima, yang berarti risk perception memediasi pengaruh representativeness bias terhadap keputusan investasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic sebesar 3,076 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,001 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,056 menunjukkan bahwa persepsi risiko berperan dalam menjembatani pengaruh generalisasi kinerja masa lalu terhadap keputusan investasi.
10. H10 diterima, artinya risk perception memediasi pengaruh overconfidence bias terhadap keputusan investasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 3,527 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,061 menunjukkan bahwa persepsi risiko memperkuat pengaruh kepercayaan diri berlebihan investor terhadap keputusan investasi.
11. H11 diterima, yang berarti risk perception berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 4,138 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai original sample sebesar 0,226 mengindikasikan bahwa persepsi risiko

yang dimiliki investor secara nyata memengaruhi keputusan investasi yang diambil.

5.2 Saran

1. Saran untuk Investor Gen Z

Investor muda perlu meningkatkan kesadaran akan keberadaan Bias psikologis yang memengaruhi keputusan mereka. Pemahaman terhadap Bias seperti *Anchoring*, *Gambler's Fallacy*, atau *Overconfidence* dapat membantu investor bersikap lebih objektif dan terukur dalam menyusun strategi investasi. Selain itu, investor disarankan untuk memperkuat literasi keuangan melalui pelatihan, membaca laporan emiten, serta memanfaatkan fitur analisis pada aplikasi investasi agar keputusan yang diambil tidak hanya berdasarkan intuisi atau informasi sekilas.

2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian mendatang dapat mempertimbangkan penambahan variabel psikologis lain seperti *herding behavior*, *loss aversion*, atau *mental accounting* untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas populasi, misalnya membandingkan Gen Z dengan Milenial atau Generasi X untuk melihat perbedaan karakteristik psikologis antar generasi. Penggunaan metode longitudinal juga dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana Bias perilaku dan persepsi risiko berubah dari waktu ke waktu.

3. Saran Metodologis

Studi selanjutnya dapat menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) agar dapat menangkap alasan di balik perilaku investor secara lebih mendalam. Selain itu, analisis komparatif antar instrumen investasi (saham, crypto, reksa dana) dapat memberikan pandangan tambahan mengenai bagaimana konteks instrumen memengaruhi Bias perilaku.