

Artikel Hasil Penelitian

Perilaku *Familiarity Bias* dalam Pengambilan Keputusan Investasi Pasar Modal pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Putra Mubaraq Ihsan^{a)}, Nurfauziah

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 20311329@students.uii.ac.id

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

PENDAHULUAN

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.

Mahasiswa cenderung lebih terbuka untuk mencoba hal-hal baru, termasuk melakukan investasi *modern* seperti investasi di pasar modal (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.



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 karenanya studi ini berfokus kepada Mahasiswa FBE UII (Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia) program sarjana (S1) dan sarjana terapan (D4).

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 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.

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* dari Bulipopova, Zhdanov dan Simonov (2014) melakukan pendekatan eksperimental yang menjelaskan korelasi yang kuat antara familiar dan efek disposisi. 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. Pada studi ini 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 bias keakraban 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.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Keputusan Investasi

Herlina *et al.* (2020) mendefinisikan keputusan investasi sebagai rangkaian proses yang dilakukan oleh seorang investor berdasarkan kumpulan informasi yang mereka miliki. Pengambilan keputusan ini bisa disebabkan oleh faktor psikologis manusia yang dimana dapat membuat perilaku menjadi rasional dan irasional (Toma, 2015). Waweru, Mwangi dan Parkinson (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. Jagongo dan Mutswenje (2014) memberitahu bahwa pengambilan keputusan investasi membutuhkan pemikiran mendalam karena kompleksitasnya. Investor sering melakukan kesalahan karena ingin meminimalkan kerugian.

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. 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. Menurut Dhar dan Zhu (2006) mahasiswa dapat dianggap investor yang masih kurang pengalaman dalam berinvestasi. Kemungkinan dari mahasiswa ini melakukan pengambilan keputusan investasi berdasarkan perilaku *familiarity bias*.

Pengembangan Hipotesis

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 Dhar dan Zhu (2006) kita dapat menganggap bahwa mahasiswa merupakan investor yang masih kurang pengalaman dalam berinvestasi. Maka dari itu mahasiswa FBE UII akan mengandalkan *familiarity bias* untuk mengambil keputusan investasi di pasar modal.

Investor cenderung menginvestasikan uang mereka di pasar modal pada perusahaan atau industri yang sudah *familiar* bagi mereka (Nurcahya dan Maharani, 2021). 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.

METODE

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*.

Studi ini mendapatkan 50 responden yang dimana sebelum memberikan kuesioner tersebut kepada responden, peneliti memastikan bahwa responden pernah atau sedang melakukan investasi di pasar modal dengan cara menanyakan kepada responden. 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)

TS = Tidak Setuju (2)

S = Setuju (3)

SS = Sangat Setuju (4)

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Konstruk	Indikator
<i>Familiarity Bias</i>	1. Keakraban terhadap sesuatu yang dikenal. 2. Optimis terhadap keputusan yang dibuat.
Keputusan Investasi	1. <i>Return</i> /tingkat pengembalian investasi yang diharapkan.

Studi menggunakan metode analisis data *partial least square structural equation modelling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak Smart-PLS 4. 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.

Tabel 2. Deskripsi Responden berdasarkan Prodi dan Angkatan

Prodi dan Angkatan	N	%
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%

Sumber: Olah Data (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Outer Model

Convergent Validity

Uji *convergent validity* dilakukan untuk menilai validitas hubungan antara tiap indikator dengan variabel terkait. Pengukuran ini dilakukan menggunakan Smart-PLS dalam perhitungan PLS-SEM *algorithm*. Dalam pengukuran ini, nilai *outer loading* dan AVE menjadi acuan. Nilai *outer loading* dianggap valid apabila lebih dari 0,7. Sementara itu, nilai AVE yang mencerminkan validitas data harus lebih dari 0,5.

Hasil *outer loadings* dan nilai AVE pada studi ini ditunjukkan oleh tabel 3 dan 4. Data yang diujikan pada dua tabel tersebut dinyatakan valid dari hasil uji. Skor pada *outer loadings* menunjukkan lebih dari 0,7 dan skor AVE setiap variabel sudah sesuai standar yaitu lebih dari 0,5.

Tabel 3. *Outer Loadings*

Variabel	Indikator	<i>Outer Loadings</i>
<i>Familiarity Bias</i>	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

Sumber: Olah data Smart-PLS (2024)

Tabel 4. *Average Variance Extracted*

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

Sumber: Olah data Smart-PLS (2024)

Discriminant Validity

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 5. *Cross Loadings*

	<i>Familiarity Bias</i>	Keputusan Investasi
X1	0,866	0,722

	<i>Familiarity Bias</i>	Keputusan Investasi
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

Sumber: Olah data Smart-PLS (2024)

Tabel 5 menunjukkan 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. Menurut Hair Jr *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 6, nilai HTMT untuk setiap variabel berada di bawah 0,9, yang menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas berdasarkan ukuran HTMT.

Tabel 6. *Heterotrait Monotrait Ratio*

	<i>Familiarity Bias</i>	Keputusan Investasi
<i>Familiarity Bias</i>		
Keputusan Investasi	0,897	

Sumber: Olah data Smart-PLS (2024)

Uji Reliabilitas

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 7, tidak ada variabel yang mencatat nilai di bawah 0,7, sehingga data dalam penelitian ini dianggap reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

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

Sumber: Olah data Smart-PLS (2024)

Inner Model

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 Jr *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. Pada tabel 8 menunjukkan hasil dari *Collinearity Test* yang menandakan tidak adanya multikolinearitas antara kedua variabel karena $VIF > 5,0$.

Tabel 8. *Collinearity Test*

	<i>Familiarity Bias</i>	Keputusan Investasi
<i>Familiarity Bias</i>		1,000
Keputusan Investasi		

Sumber: Olah data Smart-PLS (2024)

Uji Determinasi (*R-Square*)

Analisis varian diterapkan 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 9 menunjukkan 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.

Tabel 9. Hasil *R-Square*

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

Sumber: Olah data Smart-PLS (2024)

Koefisien Jalur (*Path Analysis*)

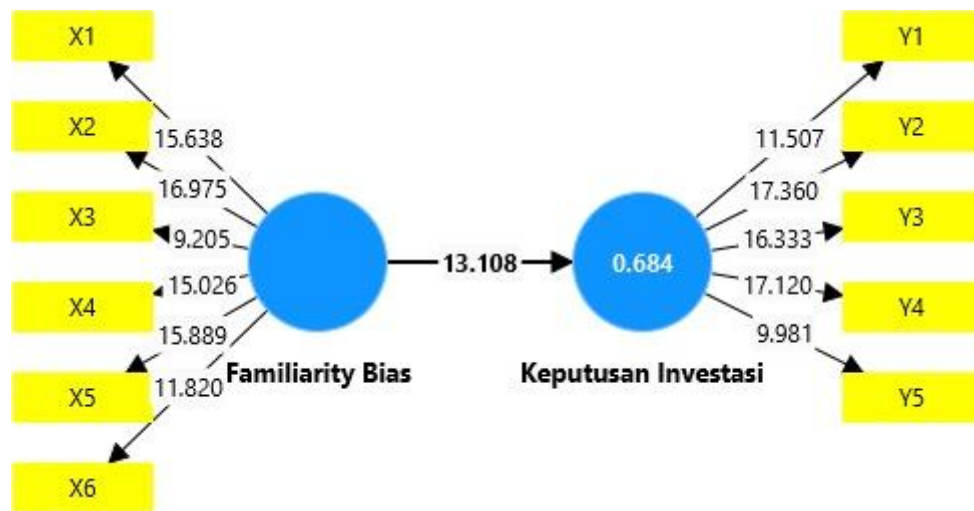
Pengujian hipotesis diadakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel, yang bisa dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* di Smart-PLS. Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis bergantung pada nilai signifikansi, yang di Smart-PLS diukur dengan *P-value* dan nilai *T-statistics*. Sebuah 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 10 menunjukkan 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 didukung.

Tabel 10. Hasil *Path Coefficient*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistics (O/STD EV)</i>	<i>P-Values</i>
<i>Familiarity Bias</i> -> Keputusan Investasi	0,827	0,826	0,063	13,108	0,000

Sumber: Olah data Smart-PLS (2024)



Gambar 1. Hasil *Bootstrapping*

Pembahasan

Pengaruh *Familiarity Bias* terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal

hasil pengujian hipotesis yang tersaji atau dari data *Path Coefficient* yang terlihat pada Tabel 10, menunjukkan 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 tinggi perilaku *familiarity bias* maka semakin kuat keputusan yang diambil oleh investor tersebut. Hal ini berarti bahwa peningkatan dalam *Familiarity Bias* cenderung diikuti oleh peningkatan dalam Keputusan Investasi di pasar modal. Akibatnya, investor cenderung memilih perusahaan atau sektor yang mereka kenal dengan baik (*familiar*) saat melakukan investasi di pasar modal.

Sama halnya dengan studi 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*, yang mana hasil penelitian ini menghasilkan hasil yang sama dengan penelitian (Bhandari *et al.*, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Waweru, Mwangi dan Parkinson (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 UII 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.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam studi 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.

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. 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.

KESIMPULAN

Berdasarkan studi ini dan uji hipotesis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *familiarity bias* mempengaruhi pengambilan keputusan investasi mahasiswa FBE UII yang kurang berpengalaman dalam berinvestasi di pasar modal dan berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan menggunakan *familiarity bias*.

DAFTAR PUSTAKA

- Berthet, V. (2022) "The Impact of Cognitive Biases on Professionals' Decision-Making: A Review of Four Occupational Areas," *Frontiers in Psychology*, 12, hal. 802439. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.802439>.
- Bhandari, H.N. *et al.* (2022) "Predicting stock market index using LSTM," *Machine Learning with Applications*, 9, hal. 100320. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.mlwa.2022.100320>.
- Bulipopova, E., Zhdanov, V. dan 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), hal. 463–469. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2014.10.003>.
- Dhar, R. dan Zhu, N. (2006) "Up Close and Personal: Investor Sophistication and the Disposition Effect," *Management Science*, 52(5), hal. 726–740. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1287/mnsc.1040.0473>.
- Hair Jr, J.F. *et al.* (2017) "PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use," *International Journal of Multivariate Data Analysis (IJMDA)*, 1(2), hal. 107–123. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1504/IJMDA.2017.087624>.
- Herlina *et al.* (2020) "The Herding and Overconfidence Effect on the Decision of Individuals to Invest Stocks," *Journal of Economics and Business*, 3(4), hal. 1387–1397. Tersedia pada: <https://doi.org/10.31014/aior.1992.03.04.288>.
- Jagongo, A. dan Mutswenje, V.S. (2014) "A Survey of the Factors Influencing Investment Decisions: The Case of Individual Investors at the NSE," *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(4), hal. 92–102. Tersedia pada: https://www.ijhssnet.com/journals/Vol_4_No_4_Special_Issue_February_2014/11.pdf.
- Lei, S. dan Mathers, A.M. (2024) "Familiarity bias in direct stock investment by individual investors," *Review of Behavioral Finance*, 16(3), hal. 551–579. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1108/RBF-03-2023-0074>.
- Nurchaya, S.A. dan Maharani, S.N. (2021) "Investor Competence and Decision Familiarity Bias Analysis for Portfolio Diversification," in *Proceedings of the First International Conference on Economics, Business and Social Humanities, ICONEBS 2020*. Madiun: EAI. Tersedia pada: <https://doi.org/10.4108/eai.4-11-2020.2304562>.
- Riedl, A. dan Smeets, P. (2017) "Why Do Investors Hold Socially Responsible Mutual Funds?," *The Journal of Finance*, 72(6), hal. 2505–2550. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1111/jofi.12547>.
- Sukirno, S. (2016) *Makroekonomi: Teori Pengantar*. 3 ed. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tandio, T. dan Widanaputra, A.A.G.P. (2016) "PENGARUH PELATIHAN PASAR MODAL, RETURN, PERSEPSI RISIKO, GENDER, DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI PADA MINAT INVESTASI MAHASISWA," *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), hal. 2316–2341. Tersedia pada: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/21199/15415>.
- Toma, F.-M. (2015) "Behavioral Biases of the Investment Decisions of Romanian

Investorson the Bucharest Stock Exchange,” in *Procedia Economics and Finance*. Amsterdam: Elsevier B.V., hal. 200–207. Tersedia pada: [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. dan Parkinson, J.M. (2014) “Behavioural factors influencing investment decisions in the Kenyan property market,” *Afro-Asian Journal of Finance and Accounting*, 4(1), hal. 26–49. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1504/AAJFA.2014.059500>.

Weixiang, S. *et al.* (2022) “An empirical assessment of financial literacy and behavioral biases on investment decision: Fresh evidence from small investor perception,” *Frontiers in Psychology*, 13, hal. 977444. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.977444>.