

SKRIPSI

**PENGARUH PERILAKU *GAMBLER'S FALLACY*, *HALO EFFECT*, *FAMILIARITY EFFECT* DAN
OVERCONFIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN
INVESTOR BERINVESTASI DI PASAR MODAL
INDONESIA**



Disusun oleh:

**SIRRIYATUL MAULA
NIM: 210604035**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M / 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Sirriyatul Maula

NIM : 210604035

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



Banda Aceh, 22 April 2025

Yang Menyatakan

(Sirriyatul Maula)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI *persetujuan skripsi*
Pengaruh Perilaku *Gambler's Fallacy*, *Halo Effect*, *Familiarity Effect* dan *Overconfidence* Terhadap Keputusan Investor Berinvestasi di Pasar Modal Indonesia

Disusun Oleh :

Sirriyatul Maula
NIM : 210604035

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



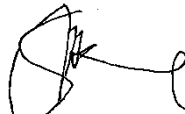
Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA
NIP. 199009052019032019

Pembimbing II



Jalilah, S.HI., M.Ag
NIP. 198806082023212040

Mengetahui,
Ketua Prodi,



Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Perilaku *Gambler's Fallacy*, *Halo Effect*, *Familiarity Effect* dan *Overconfidence* Terhadap Keputusan Investor Berinvestasi Di Pasar Modal Indonesia

Sirriyatul Maula

NIM. 210604035

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh Dan Dinyatakan
Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program
Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal : Rabu, 30 April 2025 M

2 Dzulqaidah 1446 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua



Ana Fitria, S.P., M.Sc., RSA

NIP. 199009052019032019

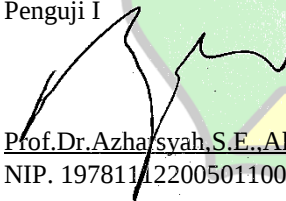
Sekretaris



Jafilah, S.Hr., M.Ag

NIP.198806082023212040

Penguji I



Prof. Dr. Azhasyah, S.E., Ak., M.S.O.M

NIP. 197811122005011003

Penguji II



Hafiih Maulana, SP., S.HI., ME

NIP. 19001062023211015

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec

NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sirriyatul Maula
NIM : 210604035
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
E-mail : 210604035@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐

Tugas Akhir

☐

KKU

☐

Skripsi

Yang berjudul : **PENGARUH PERILAKU *GAMBLER'S FALLACY*, *HALO EFFECT*, *FAMILIARITY EFFECT* DAN *OVERCONFIDENCE* TERHADAP KEPUTUSAN INVESTOR BERINVESTASI DI PASAR MODAL INDONESIA** Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 22 April 2025

Mengetahui

Penulis

Sirriyatul Maula
NIM. 210604035

Pembimbing I

Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA
NIP.199009052019032019

Pembimbing II

Jalilah, S.H.I., M.Ag
NIP.198806082023212040

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. atas limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, tidak ada kekuatan apa pun dalam diri ini selain dari kekuasaan-Nya. Shalawat beserta salam kepada Rasulullah SAW yang telah membawa peradaban dari alam *jahiliyah* ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang judul “ **Pengaruh Perilaku *Gambler’s Fallacy*, *Halo Effect*, *Familiarity Effect* dan *Overconfidence* Terhadap Keputusan Investor di Pasar Modal Indonesia**”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir yang harus diselesaikan oleh penulis dan syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Skripsi ini tentunya belum mencapai tahap kesempurnaan, maka dari itu kritik dan saran sangat penulis harapkan dari semua pihak guna membangun perbaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan serta doa restu dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kerendahan hati perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih dan apresiasi kepada pihak-pihak tersebut, di antaranya:

1. Prof.Dr. Hafas Furqani M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Ismuadi, S.E.,S.Pd.I.,M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Uliya Azra, S.E.,M.Si

3. Hafiih Maulana SP.,SHI.,ME selaku laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan arahan dalam menulis skripsi ini.
4. Ana Fitria, S.E.,M.Sc.,RSA selaku dosen pembimbing I dan Jalilah S.HI.,M.Ag selaku dosen Penasihat Akademik (PA) sekaligus pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya dalam membimbing penyelesaian skripsi ini .
5. Segenap Bapak/Ibu/Dosen yang mengajar pada program studi Ilmu Ekonomi selama proses pengajaran telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Teristimewa kepada orang tua yang sangat penulis cintai, Ayahanda Ismail dan Ibunda Wardaniah, yang selalu memberikan kasih sayang, do'a serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.
7. Kakak tercinta Iis Afrianti,S.pd.,Gr abangda Isma Yanda, A.Md, Bunda Yusnidar serta adik tersayang Hafizul Makruf. Terimakasih atas dukungan dan motivasi yang kalian berikan.
8. Sahabat- sahabat terbaik penulis, Nurfiana Zahara, Qurratun Muazzinah Putri Rizkiyah yang turut memberikan bantuan dan mendengarkan keluh kesah penulis selama pengerjaan skripsi.
9. Sahabat seperjuangan program studi Ilmu Ekonomi Angkatan 2021 yang turut membantu dan memberikan saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu sahabat terbaik saya Chyntia Khairina, Faras Nabila, Sista Yulida, M.Sandi Akbar, Ghina Safira, Safrina Nabila, Salsabila Leila Ningrum, Diva Suraiya, Farah Nabila Darma yang telah banyak memberi dukungan dalam penyelesaian

skripsi ini, serta seluruh teman teman lainnnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu.

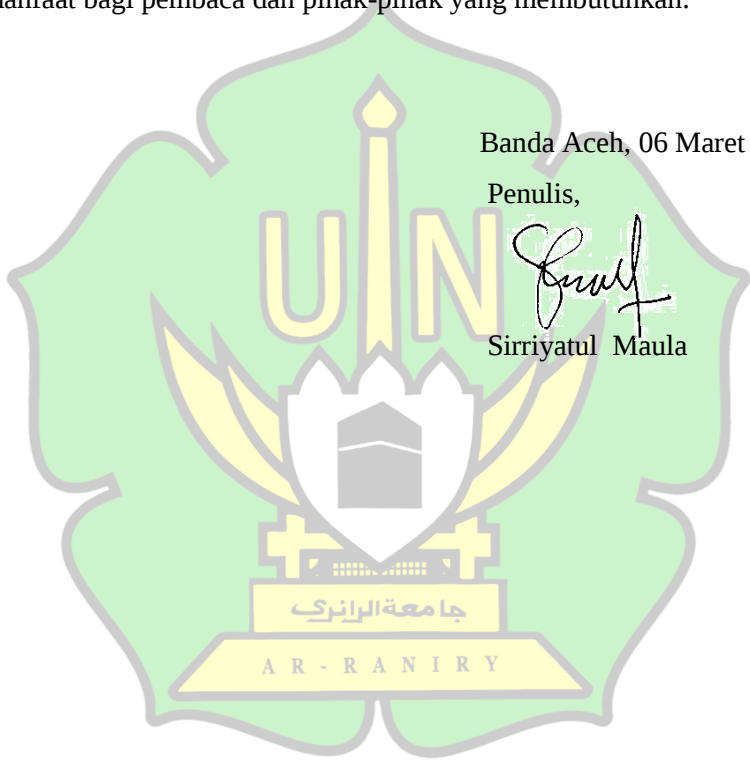
Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 06 Maret 2025

Penulis,



Sirriyatul Maula



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ُ وُ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

haula : هول

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اِيْ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla :

ramā

qīla :

yaqūl:

قَالَ
رَمَى
قِيلَ
يَقُولُ

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua

kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

<i>raudah al-atfāl/ raudatul atfāl</i> :	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i> :	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
<i>Ṭalḥah</i> :	طَلْحَة

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Sirriyatul Maula
Nim : 210604035
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
Judul : Pengaruh Perilaku *Gambler's Fallacy*, *halo Effect*, *Familiarity Effect* dan *Overconfidence* Terhadap Keputusan Investor Berinvestasi Di Pasar Modal Indonesia
Pembimbing I : Ana Fitria, S.E. M.Sc. RSA
Pembimbing II : Jalilah, S.HI.,M.Ag

Investasi di pasar modal mengalami kenaikan positif dari tahun ke tahun, meningkatnya minat investasi masyarakat tentunya berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Keputusan investor dalam berinvestasi dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya perilaku keuangan (*behavioral finance*) yang merupakan analisis pengambilan keputusan investor dengan menggunakan ilmu psikologi yang mempengaruhi berfungsinya pasar. Beberapa perilaku keuangan diantaranya yaitu perilaku *gambler's fallacy*, *halo effect*, *familiarity effect* dan *overconfidence*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku *gambler's fallacy*, *halo effect*, *familiarity effect* dan *overconfidence* terhadap keputusan investor berinvestasi di pasar modal Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 385 sampel dari investor di pasar modal Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial perilaku *gambler's fallacy*, *halo effect* dan *overconfidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investor. Namun, variabel *familiarity effect* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investor. Secara simultan variabel *gambler's fallacy*, *halo effect*, *familiarity effect* dan *overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investor.

Kata Kunci: Perilaku Keuangan, *Gambler's Fallacy*, *Halo Effect*, *Familiarity Effect* *Overconfidence*, Keputusan Investor.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.5 Sistematika Pembahasan	18
 BAB II LANDASAN TEORI	 Error! Bookmark not defined.
2.1 Investasi Pasar Modal	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Definisi Investasi Pasar Modal	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Tujuan Investasi Pasar Modal	Error! Bookmark not defined.

2.1.3	Unsur-unsur Investasi Pasar Modal.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4	Jenis-Jenis Instrumen Investasi pasar modal...	Error! Bookmark not defined.
2.2	Perilaku Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Definisi Perilaku Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Teori Perilaku Keuangan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Bias Perilaku Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.3	Keputusan Investor Dalam Berinvestasi di Pasar Modal	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Definisi Keputusan Investor Dalam Berinvestasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investor..	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Indikator Keputusan Investor Berinvestasi	Error! Bookmark not defined.
2.4	Gambler's fallacy.....	Error! Bookmark not defined.
2.5	Halo Effect	Error! Bookmark not defined.
2.6	Familiarity Effect	Error! Bookmark not defined.
2.7	Overconfidence	Error! Bookmark not defined.
2.8	Pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat	Error! Bookmark not defined.
2.8.1	Pengaruh <i>gambler's fallacy</i> terhadap keputusan investor .	Error! Bookmark not defined.
2.8.2	Pengaruh <i>halo effect</i> terhadap keputusan investor.....	53
2.8.3	Pengaruh <i>familiarity effect</i> terhadap keputusan investor.....	53
2.8.4	Pengaruh <i>overconfidence</i> terhadap keputusan investor.....	Error! Bookmark not defined.
2.9	Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.

2.10 Pengujian Hipotesis.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN..**Error! Bookmark not defined.**

3.1 Jenis Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

3.2 Jenis dan Sumber Data**Error! Bookmark not defined.**

3.3 Populasi dan Sampel**Error! Bookmark not defined.**

3.4 Teknik Pengumpulan Data**Error! Bookmark not defined.**

3.5 Definisi dan Operasional Variabel**Error! Bookmark not defined.**

3.6 Uji Instrumen Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

3.6.1 Uji Validitas**Error! Bookmark not defined.**

3.6.2 Uji Reliabilitas.....**Error! Bookmark not defined.**

3.7 Uji Asumsi Klasik**Error! Bookmark not defined.**

3.7.1 Uji Normalitas**Error! Bookmark not defined.**

3.7.2 Uji Multikolinieritas.....**Error! Bookmark not defined.**

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas**Error! Bookmark not defined.**

3.8 Uji Regresi Linear Berganda.....**Error! Bookmark not defined.**

3.9 Uji Hipotesis.....**Error! Bookmark not defined.**

3.9.1 Uji Parsial (Uji-T)**Error! Bookmark not defined.**

3.9.2 Uji Simultan (Uji-F)**Error! Bookmark not defined.**

3.10 Uji Koefisien Determinasi (R-Squared) **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Error! Bookmark not defined.**

4.1 Gambaran Objek Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

4.2 Deskripsi Data Responden**Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
4.6 Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 Uji t (Uji Parsial)	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Uji f (Uji Simultan)	Error! Bookmark not defined.
4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4.8 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.8.1 Pengaruh <i>Gambler's Fallacy</i> terhadap Keputusan Investor Berinevestasi di Pasar Modal Indonesia	Error! Bookmark not defined.
4.8.2 Pengaruh Halo Effect terhadap Keputusan Investor Berinvestasi di Pasar Modal Indonesia	Error! Bookmark not defined.
4.8.3 Pengaruh Familiarity Effect terhadap Keputusan Investor Berinevestasi di Pasar Modal Indonesia.....	Error! Bookmark not defined.
4.8.4 Pengaruh <i>Overconfidence</i> terhadap Keputusan Investor Berinevestasi di Pasar Modal Indonesia	Error! Bookmark not defined.

BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

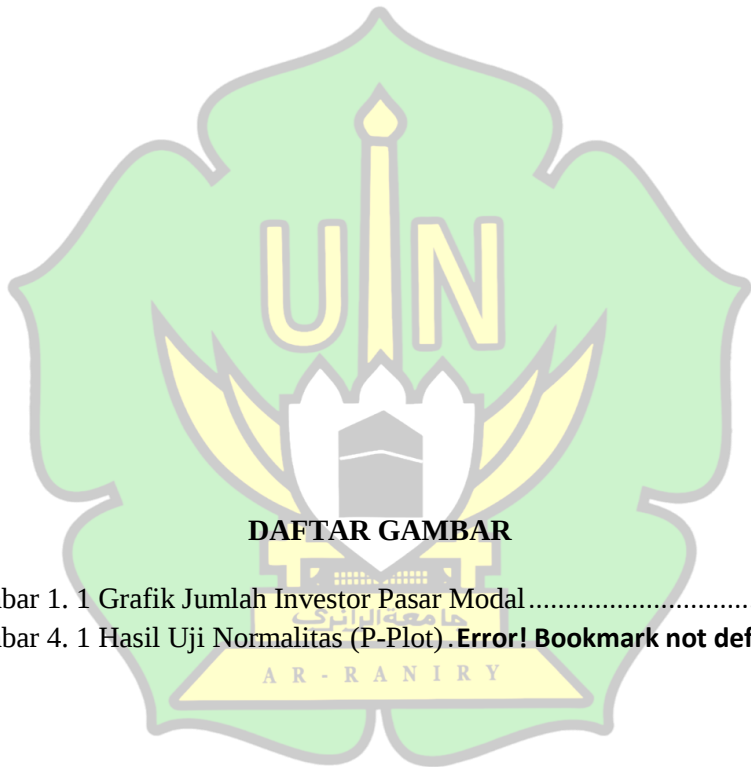
Tabel 2. 1 Penelitian Terkait	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Trading.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Asal Provinsi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel <i>Gambler's Fallacy</i> ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel <i>Halo Effect</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel <i>Familiarity Effect</i> ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel <i>Overconfidence</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Keputusan Investor.	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolonieritas ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan.....**Error! Bookmark not defined.**

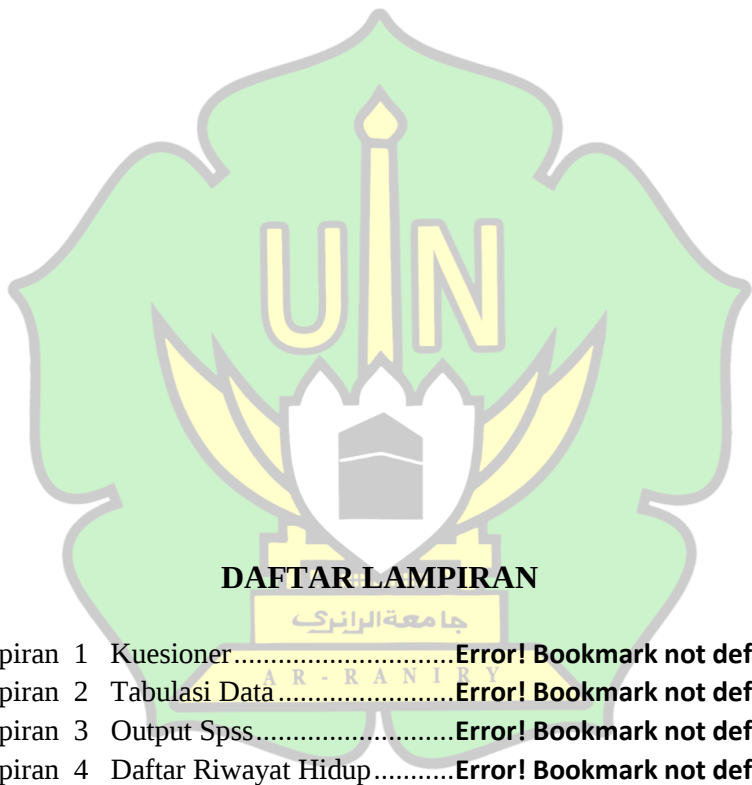
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Investor Pasar Modal 2

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas (P-Plot). **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2	Tabulasi Data	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3	Output Spss.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4	Daftar Riwayat Hidup	Error! Bookmark not defined.

BAB I

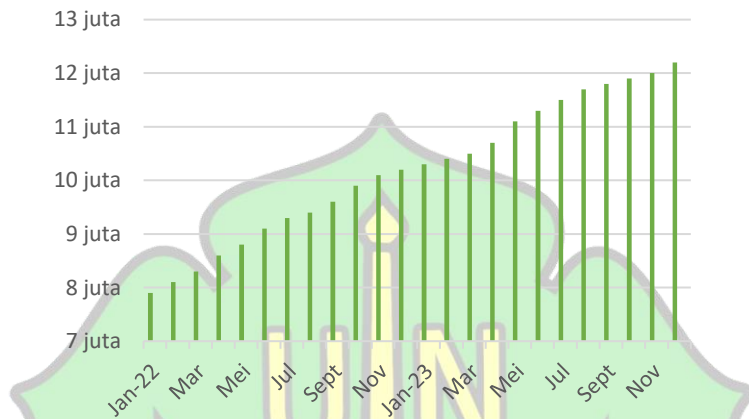
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pasar modal Indonesia 2023 telah bertumbuh secara positif, hal tersebut terlihat dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada bulan Desember 2023 yang berhasil naik 6,62% dibandingkan tahun 2022 yang tumbuh sebesar 4,08%. Pada Desember 2023, IHSG telah berada di posisi 7.303,89 poin atau berhasil tumbuh sebesar 6,62 persen secara year-to-date. Seiring dengan pertumbuhan IHSG tersebut, kapitalisasi pasar juga tumbuh sebesar 23,82 persen secara year-to-date yaitu sebesar 11.762 triliun rupiah atau 22,9%. kinerja IHSG menjadi yang tertinggi kedua di antara kinerja Bursa Asia Tenggara setelah Vietnam dengan menguat 6,16%. Dari sisi likuiditas transaksi, rata-rata nilai transaksi saham di Desember 2023 meningkat menjadi 10,75 triliun rupiah per hari, dibandingkan November 2023 yaitu 10,54 triliun rupiah per hari year to date (YTD).

Gambar 1. 1

Grafik Jumlah Investor Pasar Modal



Sumber : databoks.katadata.co.id (2023)

Berdasarkan Grafik 1.1, Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), menunjukkan jumlah investor di pasar modal mencapai 12,16 juta pada Desember 2023. Jumlah tersebut bertambah 140.375 jiwa atau naik 1,17% dibanding bulan sebelumnya. Jika dibandingkan dengan Desember 2022, jumlah investor pasar modal Indonesia melonjak 18,01% pada Desember 2023.

Secara tren, jumlah investor pasar modal di Indonesia terus bertambah dalam dua tahun terakhir, Adapun jika dilihat dari pengelompokan kepemilikan aset, jenis kelamin dan usia. Sebanyak 99,66% investor di pasar modal Indonesia merupakan individu, sedangkan institusi hanya 0,34%.

Investor pasar modal Indonesia didominasi laki-laki dengan proporsi 62,33%, yang nilai total asetnya 1.150,28 triliun rupiah. Sementara, 37,67% sisanya merupakan perempuan dengan aset 240,22 triliun rupiah. Berdasarkan usianya, lebih dari separuh atau 56,43% investor pasar modal Indonesia berusia di bawah 30 tahun, dengan nilai total aset 35,09 triliun rupiah. Selanjutnya, 23,58% investor berusia 31-40 tahun dengan aset 92,12 triliun rupiah dan 11,55% investor berusia 41-50 tahun dengan aset 148,87 triliun rupiah. Proporsi kelompok investor berusia 51-60 tahun ada 5,53% dan usia 60 tahun ke atas 2,91%. Meski proporsinya kecil, dua kelompok usia tersebut memiliki nilai aset terbesar, masing-masing senilai 219,95 triliun rupiah dan 916,98 triliun rupiah (Databoks, 2023).

Pencapaian positif dari meningkatnya minat masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal Indonesia diantaranya disebabkan karena banyaknya edukasi dan sosialisasi tentang literasi keuangan pasar modal Indonesia dikalangan masyarakat. Selain itu, Investor yang didominasi oleh Gen-Z dan milenial dengan usia di bawah 30 tahun cenderung menginginkan kehidupan yang stabil dan perubahan keadaan keuangan yang disebabkan oleh perubahan kebijakan pemerintah serta perkembangan ekonomi global tidak berpengaruh banyak terhadap pendapatan investor. Hal inilah yang membuat meningkatnya minat investor untuk memulai investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan yang sebesar besarnya dengan risiko seminimal mungkin (Databoks, 2023).

Seiring berkembangnya minat investasi, perilaku keuangan memegang peranan penting terhadap pengambilan keputusan investasi seseorang dalam memperoleh keuntungan. Pengambilan keputusan keuangan atas kegiatan investasi sangat dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh dan pengetahuan investasi seorang investor.

Keputusan investasi investor dilihat dari dua sisi, yaitu: (1) sejauh mana keputusan tersebut dapat memaksimalkan kekayaan (finansial). (2) motivasi perilaku (keputusan investasi berdasarkan aspek psikologis investor). Adanya faktor psikologis tersebut mempengaruhi keputusan investasi dan hasil yang dapat dicapai. Itulah sebabnya analisis investasi dengan menggunakan ilmu psikologi dan ekonomi disebut dengan perilaku keuangan (Behaviour Finance) (Prawirasasra & Dialysa, 2015).

Teori perilaku keuangan dapat diartikan sebagai penerapan psikologi dalam bidang keuangan. *Behavioral economics* merupakan analisis investasi yang menggunakan psikologi dan ilmu ekonomi, yaitu suatu pendekatan yang menjelaskan bagaimana orang (investor) melakukan investasi atau pendekatan ekonomi di bawah pengaruh delapan faktor psikologis. *Behavioral Finance* berupaya memahami perilaku investor dalam mengambil keputusan dan aktivitas investasi di pasar modal, yang mempengaruhi berfungsinya pasar (Puspitaningtyas, 2013).

Pengambilan keputusan investor pada dasarnya mengacu pada teori utilitas. Menurut teori utilitas, investor sebagai pengambil keputusan dianggap sebagai orang yang rasional dan memiliki kemampuan mengelola informasi dengan sempurna. Asumsi rasionalitas memerlukan koherensi dan konsistensi dalam setiap pilihan keputusan (Djojopranoto, 2016). Namun perilaku investor dalam proses pengambilan keputusan seringkali menggunakan intuisi dan emosi dibandingkan mengumpulkan informasi yang cukup. Behavioral finance bertujuan untuk mempelajari karakteristik emosional investor untuk menjelaskan faktor subjektif dan anomali irasional di pasar modal (Puspitaningtyas, 2013).

Berbagai teori dan model keuangan berasumsi bahwa investor selalu berperilaku rasional dalam mengambil keputusan investasi. Investor diharapkan siap dan mampu menyerap serta menganalisis seluruh informasi yang tersedia berdasarkan pemikiran rasional. Sebagian besar teori ekonomi dan keuangan bertumpu pada gagasan bahwa manusia adalah pengambilan keputusan yang rasional secara formal. Asumsi rasionalitas merupakan pendekatan yang sering digunakan para ahli ekonomi untuk melihat keadaan pasar. Namun kenyataannya, investor seringkali berperilaku tidak rasional (biasanya dalam penilaian), sehingga keadaan ini menyimpang dari asumsi rasionalitas dan cenderung bias. Terkait dengan perilaku keuangan investor, terdapat dua faktor dalam pengambilan keputusan investasi yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

Faktor eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan investor yaitu faktor pasar. Beberapa faktor pasar yang berpengaruh pada pengambilan keputusan investor yaitu perubahan harga; informasi pasar; trend masa lalu saham; fundamental saham; *overvalue* dan *undervalue* terhadap perubahan harga (Novriyan & Rachmansyah, p. 2015). Selanjutnya, faktor internal yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu faktor psikologi yang seringkali menggunakan emosi dan intuisi serta penyimpangan kognitif dibandingkan mengumpulkan informasi yang cukup, hal ini dinamakan dengan ilusi yang bersifat heuristik.

Heuristik dapat diartikan sebagai *rule of thumb* atau prinsip umum yang bertujuan untuk mempermudah proses pengambilan keputusan, terutama dalam lingkungan yang kompleks dan tidak pasti. Dengan menggunakan pendekatan ini, individu dapat mengukur probabilitas dan memprediksi nilai saham, yang diharapkan dapat membantu mengurangi tingkat kompleksitas yang dihadapi (Mufidah, Sari, Awaliyah, & Nurhayati, 2022). Namun, penggunaan model heuristik tidak selalu membantu dalam mengambil keputusan yang tepat, sehingga menimbulkan bias.

Ada beberapa bias perilaku yang ditimbulkan oleh perilaku heuristik seperti *representativeness*, *herding behavior*, *availability bias*, *anchoring*, *emotional bias*, *gambler's fallacy*, *halo effect*, *familiarity effect* dan *overconfidence* (Lubis, Sadalia, Fachrudin, & Meliza, 2013).

Terdapat empat bias yang menjadi fokus penelitian ini yaitu *gambler's fallacy*, *halo effect*, *familiarity effect* dan *overconfidence*. *Gambler's fallacy* adalah perilaku investor yang memprediksi kejadian di masa depan berdasarkan informasi masa lalu. Investor percaya bahwa jika sesuatu terjadi lebih sering dari biasanya pada waktu tertentu, maka hal tersebut akan lebih jarang terjadi di masa depan, atau jika sesuatu terjadi lebih jarang dari biasanya pada waktu tertentu, maka hal tersebut akan lebih sering terjadi di masa depan (putu anom mahadwarta, 2023). Menafsirkan pilihan-pilihan ini memungkinkan investor untuk berperilaku tidak rasional. Peristiwa masa lalu seringkali menjadi acuan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Jika investor menerima *return* yang berlipat ganda pada periode sebelumnya, maka investor tersebut akan cenderung menurunkan tingkat investasinya di masa yang akan datang (Dian wijayanti, 2019; Wijayanti, Suganda, & Thewelis, 2019).

Hopfensitz (2009) dalam penelitiannya menyatakan eksistensi *gambler's fallacy* pada investor selama proses pengambilan keputusan. Frekuensi dari *outcome trading* sebelumnya menjadi acuan untuk pengambilan keputusan investasi di masa mendatang. Saat investor telah mendapatkan keuntungan beberapa kali pada periode sebelumnya, maka pada kesempatan investasi berikutnya investor akan mengurangi nilai investasi mereka.

Amin et al. (2009) juga menyatakan bahwa *gambler's fallacy* memengaruhi pengambilan keputusan investor yang melakukan

trading di bursa saham Pakistan. Salah satu faktor yang menjadi penyebab terjadinya *gambler's fallacy* adalah pengetahuan dan pemahaman investor terkait pasar modal dan mekanisme kerjanya. Hal ini menunjukkan adanya ketidakrasionalan investor dalam pengambilan keputusan keuangan mereka.

Dalam praktik investasi, *gambler's fallacy* menimbulkan cara berpikir seorang investor yang tidak rasional. Investor berpikir bahwa saham yang tengah dalam tren harga menurut mempunyai kecenderungan berbalik arah atau mengalami peningkatan harga dalam momen tertentu. Pola pikir tersebut kemudian mendorong pilihan investor untuk menahan saham sampai harganya meningkat. Dalam kondisi mempunyai pola *gambler's fallacy* investor tidak mempunyai pertimbangan terhadap faktor yang memicu penurunan harga saham.

Padahal, ada banyak hal yang berpengaruh pada nilai saham diantaranya adalah situasi ekonomi makro, kinerja keuangan perusahaan, pertumbuhan sektoral dan lain sebagainya. Jika investor mempunyai pengetahuan tentang ekonomi atau bursa saham, maka akan memiliki lebih banyak konteks dalam membuat keputusan dimasa depan dan oleh sebab itu, *gambler's fallacy* menjadi jalan pintas bagi investor yang tidak mempunyai pengetahuan ekonomi dan bursa saham dalam membuat keputusan.

Selain *gambler's fallacy* faktor lainnya yaitu halo effect adalah bias kognitif dimana seseorang cenderung membentuk persepsi umum serta gambaran individu lain berdasarkan satu karakteristik

tertentu (Ackert & Deaves, 2009). Efek halo terjadi terutama ketika orang tidak memiliki cukup informasi untuk membuat asumsi berdasarkan satu atau dua informasi yang mereka lihat informasi yang terlihat ini menyembunyikan informasi lain yang seharusnya lebih relevan (Djojopranoto, 2016).

Investor sering kali terpengaruh oleh bias *halo effect* saat memilih perusahaan untuk berinvestasi. Mereka cenderung membeli saham suatu perusahaan hanya karena seorang investor terkenal telah menginvestasikan dananya disana, beranggapan bahwa investor tersebut pasti tidak melakukan kesalahan. Namun, penting untuk dicatat bahwa tidak ada karakteristik perusahaan yang secara langsung dapat dihubungkan dengan nilai investasi yang sebenarnya. Informasi mengenai kualitas perusahaan tidak selalu berhubungan dengan harga saham atau pengaruh perusahaan tersebut. Baik buruknya perusahaan tidak selalu mencerminkan potensi investasi yang baik. Selain itu, ukuran dan rasio *book-to-market* berpengaruh secara independen terhadap nilai investasi, sehingga perusahaan besar dan berkembang seringkali menjadi pilihan menarik untuk diinvestasikan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yustina (2017) menjelaskan bahwa *halo effect* terjadi pada investor ketika memilih saham perusahaan untuk investasi, meskipun mungkin tidak atribut perusahaan yang berhubungan dengan nilai investasi. Semua

informasi yang berkaitan dengan kualitas perusahaan tidak melekat secara permanen pada harga saham, sehingga cenderung sulit untuk menggunakan informasi tersebut ketika memilih saham perusahaan. Selain itu, informasi tentang ukuran rasio dan nilai buku terhadap nilai pasar dapat memengaruhi nilai investasi, membuat saham yang memiliki nilai dan pertumbuhan lebih menarik (Wang,2021).

Halo effect akan terjadi terutama ketika individu tidak memiliki informasi yang cukup untuk membuat asumsi, tetapi melakukannya berdasarkan satu atau dua informasi yang menonjol yang dimilikinya. Informasi yang menonjol ini akan menutupi informasi lain yang mungkin lebih relevan. Berdasarkan teori prospek, individu akan mencari informasi terlebih dahulu dan kemudian membuat beberapa kerangka keputusan. Setelah kerangka keputusan dibuat, mereka akan memilih salah satu konsep yang menghasilkan utilitas yang paling mungkin diharapkan.

Berikutnya, faktor *familiarity effect* juga merupakan kecenderungan untuk menilai sesuatu yang diketahui sebelumnya lebih baik daripada yang tidak diketahui. Dalam berinvestasi, investor biasanya berinvestasi pada perusahaan atau produk investasi yang sudah dikenal.

Masyarakat merasa lebih aman berinvestasi pada perusahaan yang mereka kenal atau produk investasi yang pernah mereka gunakan di masa lalu (Mustofa, 2018). Bias *familiarity effect* mengacu pada preferensi investor individu untuk berinvestasi pada saham perusahaan yang mereka kenal. Jika individu dihadapkan

pada dua alternatif, mereka umumnya akan memilih alternatif yang lebih mereka kenal dibandingkan alternatif yang tidak mereka kenal.

Kecenderungan terhadap hal hal yang familiar dan ketidaksukaan terhadap hal hal yang tidak familiar berujung pada hasil dasar bahwa investor lebih memilih untuk berinvestasi pada sekuritas yang familiar bagi mereka. Perilaku investor di pasar modal berkaitan erat dengan perilaku konsumen di pasar produk. Persepsi individu terhadap merk tertentu cenderung dipengaruhi oleh seberapa akrab mereka dengan produk yang terkait dengan merk tersebut (De vries, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Grinblatt dan Keloharju (2001), adanya *familiarity* juga didukung oleh adanya perbedaan bahasa dan kultur. Contohnya, Finlandia mempunyai dua bahasa resmi yaitu Finlandia dan Swedia. Laporan keuangan diterbitkan menggunakan bahasa Finlandia atau kedua bahasa resmi, tetapi dalam beberapa kasus hanya diterbitkan menggunakan bahasa Swedia. Setelah mengendalikan faktor-faktor yang relevan, ditemukan bahwa investor Finlandia lebih menyukai perusahaan yang melakukan publikasi menggunakan bahasa Finlandia.

Investor Swedia juga lebih menyukai perusahaan yang melakukan publikasi laporan keuangan menggunakan bahasa Swedia. Investor juga cenderung memprioritaskan saham di perusahaan tempat mereka bekerja atau memiliki merek yang sudah terkenal (Vries dan Gerber, 2017). Bagi investor institusional, kepemilikan saham berhubungan negatif dengan pengenalan merek

dan bukan dengan kualitas merek yang terdiri dari pencarian kenyamanan dan keakraban (parveen,2020).

Faktor internal lainnya yang mempengaruhi keputusan investasi adalah perasaan percaya diri yang berlebihan atau yang sering disebut perilaku *Overconfidence*, dapat menyebabkan seseorang *overestimate* atau melebih-lebihkan pengetahuan yang dimilikinya serta *underestimate* atau meremehkan risiko yang ada. Mereka cenderung menganggap bahwa kemampuan mereka dalam mengendalikan situasi jauh lebih besar daripada kenyataan. Dalam konteks investasi, *overconfidence* dapat mempengaruhi perilaku investor, di mana investor yang rasional berupaya memaksimalkan keuntungan sambil meminimalkan risiko yang diambil. Sikap percaya diri yang berlebihan ini sering kali membuat investor berani menanggung risiko lebih besar dalam pengambilan keputusan (Afriani, 2019).

Perilaku *overconfidence* mencerminkan perilaku investor yang irrasional karena pengambilan keputusan tidak dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip rasionalitas normatif yang mengacu pada *expected utility* tertinggi.

Menurut Ruslim (2021) fenomena *overconfidence* merupakan kecenderungan pengambilan keputusan tanpa disadari untuk memberikan bobot penilaian yang berlebih pada pengetahuan dan akurasi informasi yang dimiliki serta mengabaikan informasi publik yang tersedia.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Theorly (2006) tingkat *overconfidence* seorang investor berubah bersama tingkat *return* yang diperoleh. Semakin tinggi *return* yang didapat maka tingkat *overconfidence* investor semakin meningkat, begitu pula ketika tingkat *return* menurun maka tingkat *overconfidence* investor ikut menurun. *Return* tinggi akan membuat investor *overconfidence* dan akan menaikkan volume perdagangannya dengan harapan akan mendapatkan keuntungan yang sama di masa mendatang. Menurut Odean (2001) menemukan bahwa beberapa investor yang *overconfidence* justru lebih agresif membeli sekuritas yang nilainya lebih rendah daripada yang dia harapkan. Investor yang *overconfidence* juga cenderung memiliki pandangan yang optimis atas perdagangan yang dilakukan, berdasarkan penelitian Lee-lee (2016) investor memiliki keyakinan yang tidak realistis tentang *return* yang diharapkan. Investor menjadi terlalu percaya dalam memegang portofolio meskipun saham yang dimiliki lebih daripada investor yang rasional.

Berdasarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan perilaku investor saat membuat keputusan investasi dan investor tidak hanya dipengaruhi oleh bias perilaku namun investor juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi pasar, namun juga faktor internal yang di pengaruhi oleh psikologis dan bias perilaku.

Hasil peneilitian Mahadwarta (2023) terkait dengan *gambler's fallacy*, *halo effect* dan *familiarity effect* menjelaskan bahwa *gambler's fallacy* terjadi di pasar *uptrend* dan *downtrend*, *halo effect*

tidak terjadi di kedua pasar baik pasar *uptrend* maupun *downtrend* dan *familiarity effect* terjadi di kedua pasar yaitu pasar *uptrend* dan pasar *downtrend*.

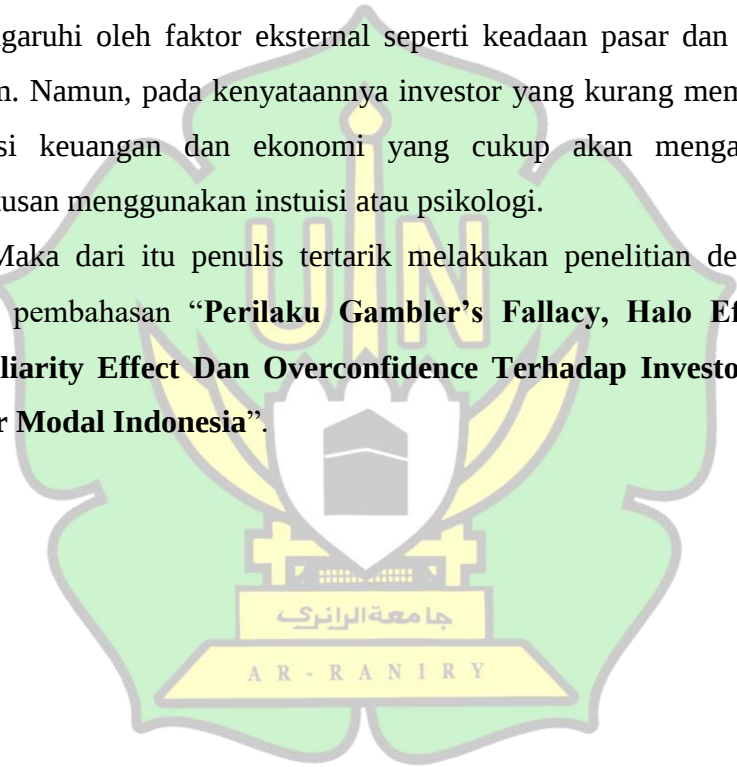
Hasil penelitian Amin et al. (2009) juga menyatakan bahwa *gambler's fallacy* memengaruhi pengambilan keputusan investor yang melakukan *trading* di bursa saham. Hasil penelitian (Darwis, Suwito, & Zainuddin, 2022) terkait dengan *gambler's fallacy*, *halo effect* dan *familiarity effect* menunjukkan *gambler's fallacy* lebih besar terjadi saat kondisi pasar *uptrend*. *Halo effect* terjadi lebih besar ketika kondisi pasar *uptrend* sedangkan, *familiarity effect* terjadi pada saat kondisi pasar *uptrend*. Hasil penelitian uizar (2013) *gambler's fallacy* terjadi ketika investor berada di kondisi *downtrend*. Menurut De vries (2017) *familiarity effect* tidak terjadi saat pasar modal *downtrend*. menurut utami (2022) *Familiarity effect* saat pasar modal *uptrend* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Namun, *familiarity effect* saat pasar modal *downtrend* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi.

Hasil penelitian *overconfidence* menurut Sari (2021) menunjukkan bias *overconfidence* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi. Menurut Raprayoga (2021) *overconfidence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Menurut Esra (2020) *overconfidence* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi investor. Menurut Rachmansyah (2018) *overconfidence* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi.

Menurut Altiyane (2023) overconfidence berpengaruh secara signifikan positif terhadap keputusan investor. Menurut Anwar (2022), overconfidence berpengaruh terhadap keputusan investasi secara positif signifikan

Berdasarkan latar belakang tersebut investor pada umumnya mengambil keputusan investasi berdasarkan rasionalitas dan dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti keadaan pasar dan nilai saham. Namun, pada kenyataannya investor yang kurang memiliki literasi keuangan dan ekonomi yang cukup akan mengambil keputusan menggunakan instuisi atau psikologi.

Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul pembahasan **“Perilaku Gambler’s Fallacy, Halo Effect, Familiarity Effect Dan Overconfidence Terhadap Investor Di Pasar Modal Indonesia”**.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh gambler's fallacy terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh halo effect terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh familiarity effect terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh overconfidence terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh gambler's fallacy, halo effect, familiarity effect dan overconfidence terhadap keputusan investor berinvestasi di pasar modal Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh gambler's fallacy terhadap keputusan investor berinvestasi di pasar modal Indonesia.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh halo effect terhadap keputusan investor berinvestasi di pasar modal Indonesia.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh familiarity effect terhadap keputusan investor berinvestasi di pasar modal Indonesia.

4. Untuk menganalisis adanya pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investor berinvestasi di pasar modal Indonesia.
5. Untuk menganalisis adanya pengaruh gambler's fallacy, halo effect, familiarity effect dan *overconfidence* terhadap keputusan investor berinvestasi di pasar modal Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoritis**
Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan di bidang ekonomi khususnya di bidang pasar modal yang berkaitan dengan perilaku investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.
2. **Manfaat Praktis**
Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk perusahaan atau emiten guna mengetahui perilaku investor dan diharapkan bisa dijadikan untuk bahan evaluasi untuk menarik banyak investor.
3. **Manfaat Pemangku Kebijakan**
Bagi otoritas seperti OJK dan BI memahami perilaku bias investor membantu lembaga keuangan dengan lebih efektif dan juga merancang intervensi berbasis perilaku untuk mengarahkan perilaku investor menuju tindakan yang lebih diinginkan (*nudging*).

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini disusun menjadi 5 bab, dengan masing-masing bab terbagi lagi menjadi subbab. Pembagian ini dilakukan untuk mempermudah pembaca dalam skripsi ini. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menggambarkan gambaran keseluruhan dari penelitian, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini menggambarkan spekulasi yang berhubungan dengan penelitian, termasuk beberapa teori yang terkait dengan penelitian seperti teori perilaku investor, teori gambler's fallacy, teori halo effect, teori familiarity effect, teori overconfidence serta penelitian terkait, dan model atau kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, informan penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang mengenai gambaran umum subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan terhadap hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan terhadap hasil penelitian pada bab sebelumnya dan beserta saran terhadap subjek penelitian.

