

Pengaruh Bias Kognitif terhadap Pengambilan Keputusan Investasi di Platform Digital pada Generasi Y dan Z

Aristi Prita Isywar¹, Winda Rein Nimas Tasia², Fadilatur Ramadhan³, Arum
Prastiwi⁴

Universitas Brawijaya^{1,2,3,4}, Jl. MT. Haryono 165, 65145, Malang, Indonesia

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Aristi Prita Isywar

E-mail: aristiprita@student.ub.ac.id

| Submit 19 Juni 2023 | Diterima 24 Juli 2023 | Terbit 20 Januari 2024 |

Abstract

Purpose: This study aims to empirically prove the effect of cognitive biases on investment decision making on digital platforms in Y and Z generations in Malang City (East Java). Measurement of cognitive bias considers three things: cognitive dissonance bias, overconfidence, and illusion of control.

Method: This study uses a quantitative descriptive approach. The sampling method used is convenience sampling with the criteria of the age range 18-35 years. This study used multiple regression tests to see the effect of independent and dependent variables, and uses the SPSS 25 analysis tool.

Results: The results of this study indicate that cognitive dissonance bias and overconfidence have a significant negative effect on investment decisions, and illusion of control has a significant positive effect on investment decisions.

Implications: This research can provide information related to cognitive biases in making investment-related decisions, especially for investors so that they are not wrong in making investment decisions.

Novelty: This study uses a sample of Y and Z generations in Malang City, and looks at how cognitive biases are affected through digital investment platforms.

Keywords: cognitive bias; investment decision; behavioral accounting

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh bias kognitif terhadap pengambilan keputusan investasi di platform digital pada generasi Y dan Z yang ada di Kota Malang (Jawa Timur). Pengukuran bias kognitif mempertimbangkan tiga hal yaitu cognitive dissonance bias, overconfidence, dan illusion of control.

Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria rentang usia 18-35 tahun. Penelitian ini menggunakan uji regresi berganda untuk melihat pengaruh variabel independen dan dependen dan menggunakan alat analisis SPSS 25.

Hasil: Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa cognitive dissonance bias dan overconfidence berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi, serta illusion of control berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi.

Implikasi: Penelitian ini dapat menjadi informasi terkait bias kognitif dalam pengambilan keputusan terkait investasi, terutama bagi para investor agar tidak salah dalam memutuskan investasi.

Kebaruan: Penelitian ini menggunakan sampel generasi Y dan Z di Kota Malang, serta melihat bagaimana pengaruh dari bias kognitif melalui platform investasi digital.

Kata Kunci: bias kognitif; keputusan investasi; akuntansi keperilakuan

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan peradaban dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, semakin beraneka ragam dan bertambah pula kebutuhan manusia dalam keberlangsungan hidupnya, dan semakin berkembang pula berbagai macam bentuk investasi, salah satunya adalah *platform* investasi digital (Gunawijaya, 2017; Hayati dkk, 2022). Berinvestasi menggunakan *platform* digital kini menjadi pilihan pengguna, melalui kemudahan akses, biaya yang terjangkau, dan kelengkapan fitur yang ditawarkan. Data KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) menunjukkan bahwa per April 2022, sebanyak 60,29 % investor pasar modal berusia di bawah 30 tahun, yang rata-rata masih berada di awal dan pertengahan karir profesionalnya. Berdasarkan hasil survei aplikasi investasi yang paling banyak digunakan pada tahun 2022 oleh Populix, tercatat sebanyak 56% responden berinvestasi melalui *platform* Bibit, 28% responden melalui *platform* eMas, 28% melalui Ajaib, 25% melalui Tokopedia, 20% melalui OVO Invest, 15% melalui Bareksa, 15% melalui Pegadaian Digital, dan 15% melalui Pintu. Berinvestasi di *platform* investasi digital dianggap sebagai aksi berkontribusi terhadap peningkatan sektor teknologi informasi, membantu pendanaan perusahaan, dan efek penciptaan tenaga kerja dari investasi. Alasan para pengguna menggunakan *platform* investasi digital pun juga beragam, antara lain untuk meningkatkan pendapatan pasif dan tujuan investasi jangka panjang seperti persiapan dana darurat, dana pensiun dan dana pendidikan anak (Bayu, 2022; Olivia, 2022).

Investasi merupakan kegiatan menanamkan modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dengan harapan mendapatkan keuntungan (*return*) di masa depan, dan hasil dari investasi tersebut sangat dipengaruhi oleh keputusan-keputusan yang dibuat oleh investor (Umairroh, 2012). Jumlah investor dan aktivitas perdagangan yang semakin meningkat akan meningkatkan keputusan investasi yang meningkat pula, karena mereka dihadapkan oleh beberapa pertimbangan yang dapat memengaruhi tindakannya dalam membuat keputusan terkait investasi. Tindakan tersebut berupa tindakan yang rasional, namun terkadang juga dapat berupa tindakan yang irrasional (Pradhana, 2018). Tindakan yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan investasi diperlukan karena investasi memiliki risiko akan kerugian dan memengaruhi kekayaan investor tersebut. Keputusan investasi sangat dipengaruhi faktor oleh bias perilaku, yang dapat menyebabkan salah tanggapan terhadap resiko yang dapat terjadi diakibatkan oleh kesalahan prediksi dari investor (Kartini & Nugraha, 2015; Supramono *et al.*, 2018; Khanza, 2022).

Investor tidak dipandang dari umur seseorang, kalangan muda pun dapat menjadi investor. Generasi milenial atau generasi Y dan generasi Z adalah generasi kalangan muda yang lahir pada jaman teknologi serta memiliki ketergantungan terhadap teknologi. Dimulai dari generasi Y (kelahiran tahun 1981-1996) yang merupakan generasi pertama dikenalkan dengan layanan keuangan secara digital, hingga generasi sekarang yaitu generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012) yang merupakan generasi yang telah cakap teknologi dan sangat lekat dengan manfaat dan keberadaan teknologi. Kedua generasi ini memiliki gaya hidup yang hampir sama, yaitu menghabiskan waktu didepan *gadget* dengan frekuensi yang sangat sering, dan memiliki gaya hidup yang cenderung konsumtif (Rosariana, 2021; Nadila, 2022; Pradnyawati & Sinarwati, 2022; Fadilah *et al.*, 2022). Perilaku tersebut berhubungan dengan pemborosan dan terjebak dalam kondisi keuangan yang sulit (Hamonangan & Wisuda, 2022). Akan tetapi kedua generasi ini gencar berinvestasi dalam dua tahun terakhir melalui *platform* digital, karena sebagian generasi millenial mulai memikirkan jaminan masa depan yang cerah. Namun sayangnya tidak setiap investor membekali dirinya dengan pengetahuan dan strategi investasi yang sesuai dengan profil dirinya, serta risiko dapat bertambah jika mereka berinvestasi hanya karena FOMO (*Fear of Missing Out*) serta banyak informasi yang belum tentu benar (Indraswari, 2022;), yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka dalam berinvestasi.

Salah satu bias perilaku dalam perilaku keuangan adalah bias kognitif (*cognitive bias*), yang merupakan suatu kesalahan mental dalam berpikir yang disebabkan oleh pemrosesan informasi yang kurang sempurna sehingga menyebabkan penyimpangan persepsi sehingga pengambilan keputusan menjadi tidak rasional (Claudia, 2020). Ada jenis-jenis dari bias kognitif, antara lain *cognitive dissonance bias*, *overconfidence*, dan *illusion of control*. *Cognitive dissonance bias* adalah situasi dimana seseorang merasa tidak nyaman dengan informasi baru yang diterima sehingga menimbulkan keraguan pada pengertian awal yang telah dipahami. *Overconfidence* adalah rasa percaya diri yang berlebihan, yang terkait dengan seberapa besar investor menilai kemampuan dan pengetahuannya dalam berinvestasi, sedangkan *illusion of control* adalah kecenderungan manusia percaya bahwa mereka mampu mengontrol atau paling tidak memengaruhi hasil, namun pada kenyataannya mereka tidak mampu (Leiwakabessy *et al.*, 2022; Pompian., 2006).

Penelitian tentang bias kognitif pada investor telah diteliti oleh beberapa penelitian terdahulu terkait dengan pengambilan keputusan investasi yang tidak rasional. Penelitian yang dilakukan oleh Pradhana (2018) menunjukkan bahwa *overconfidence* dan *illusion of control* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, serta (Ainun, 2019; Muhammad Vicky, 2021) bahwa *illusion of control* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, namun bertolak belakang dengan hasil penelitian Sari(2019), Rakhmatulloh & Asandimitra (2019), dan (R. N. Sari & Damingun, 2021), bahwa *overconfidence* tidak berpengaruh positif

terhadap keputusan investasi. Begitu juga dengan Kartini & Nugraha (2015) dan Karima & Sari (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa *illusion of control* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Setiawan *et al.*, 2018, Khusna (2021), dan Khanza (2022) menunjukkan bahwa *cognitive dissonance bias* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, serta penelitian Umairoh (2012) menunjukkan bahwa bias kognitif tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

Oleh karena itu, hal tersebut menjadi landasan dilakukannya penelitian ini untuk melihat apakah ketiga jenis bias kognitif tersebut berpengaruh terhadap keputusan investasi di *platform* digital pada generasi Y dan Z. Penelitian ini dilakukan di Kota Malang, Jawa Timur, karena Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Malang mencatat pertumbuhan investor selama 2022 di Kota Malang mencapai 38% dibanding 2021, yang saat ini jumlahnya sebanyak 77.864 investor dengan total transaksi saham mencapai Rp 2,38 triliun. Dari jumlah investor tersebut, disebutkan sebanyak 60% diantaranya merupakan usia muda yang berkisar 17-30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa investor di Kota Malang didominasi oleh generasi Y dan Z (Wira, 2023; Anam, 2023). Berdasarkan fenomena tersebut dan harapan peneliti untuk mengisi kesenjangan penelitian-penelitian sebelumnya, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari bias kognitif yaitu *cognitive dissonance bias*, *overconfidence*, dan *illusion of control* terhadap keputusan investasi di *platform* digital pada generasi Y dan generasi Z di Kota Malang.

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) disebutkan bahwa teori ini mengungkapkan terkait perilaku individu yang dipengaruhi oleh niat berperilaku. Kondisi yang tidak nyaman yang timbul dalam diri seorang calon investor, terjadi apabila informasi yang diterimanya tersebut bertentangan dengan informasi yang didapat sebelumnya. Tidak konsistennya informasi yang didapat membuat calon investor mengalami bias kognitif (Widya *et al.*, 2017). Investor yang mengalami hal tersebut akan mengambil keputusan dengan cepat berdasarkan pengalaman atau informasi yang sudah didapatkan sebelumnya karena dengan adanya informasi tersebut dapat digunakan oleh calon investor sebagai analisis sesaatnya.

Hasil penelitian terdahulu (Khanza, 2022; Khusna, 2021; Pradhana, 2018; Widya *et al.*, 2017) dari pengaruh *cognitive dissonance bias* terhadap keputusan investasi mengungkapkan *cognitive dissonance bias* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi. Hal ini dikarenakan calon investor yaitu mahasiswa memiliki informasi yang kuat hasil dari diskusi saling bertukar informasi yang baru. Informasi terkini selalu diberikan sebagai panduan bagi investor dalam membuat keputusan (Pradhana, 2018). Selain itu, terdapat kemungkinan bahwa *cognitive dissonance bias* tidak selalu menjadi faktor utama dalam mempengaruhi hasil keputusan untuk berinvestasi. Dari teori dan hasil penelitian terdahulu, maka penelitian ini dihipotesiskan:

H1: *Cognitive dissonance bias* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi di platform digital.

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) disebutkan bahwa teori ini berkaitan dengan keyakinan, sikap, niat, dan perilaku di mana niat dipandang sebagai instrumen terbaik untuk memprediksi perilaku individu. Semakin kuat niat, semakin yakin calon investor, dan semakin tinggi kemungkinan seseorang untuk terlihat percaya diri dengan keputusan yang diambilnya (Hatane *et al.*, 2021). TPB membentuk keyakinan individu untuk dapat sejalan dengan realitas yang rasional dalam mempertimbangkan tindakannya karena informasi yang sudah dikumpulkan itu sudah dianggap akurat.

Hasil penelitian terdahulu (Hatane *et al.*, 2021; Pradhana, 2018; Rakhmatullah & Asandimitra, 2019; Reichenbach *et al.*, 2019; Sari, 2019; Sari & Damingun, 2021) menyatakan bahwa *overconfidence* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi. Hal ini dikarenakan *overestimate* terhadap pengetahuan yang dimiliki dan *underestimate* dengan risiko yang nantinya akan didapatkan. Investor dengan *overconfidence* yang tinggi ketika memprediksi pasar kecenderungan akan mendapatkan keuntungan besar atas investasinya (Pradhana, 2018). Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan hasil penelitian lain yang menyatakan bahwa *overconfidence* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi. Rasa percaya diri merujuk pada persepsi seseorang terhadap kemampuan mengatur dan melakukan tindakan yang baik dalam menghasilkan sebuah keputusan (R. J. Sari, 2019). Dari teori dan beberapa hasil penelitian terdahulu, maka penelitian ini dihipotesiskan:

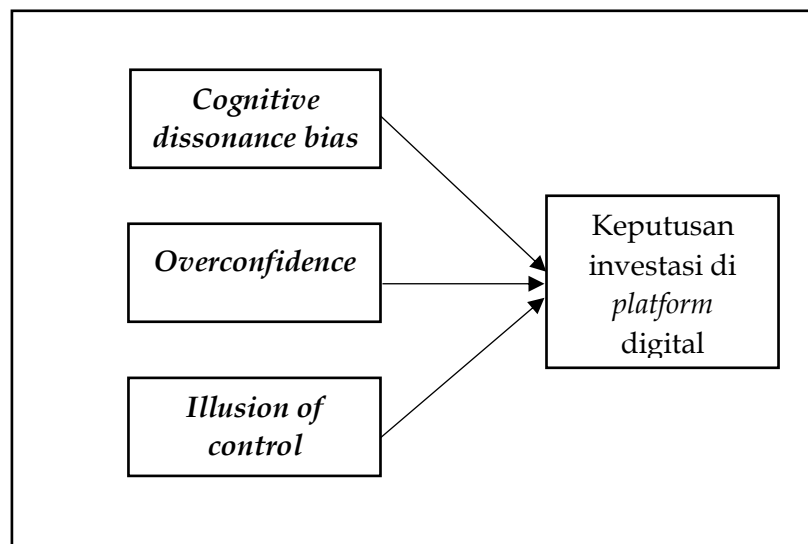
H2: *Overconfidence* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi di platform digital.

Dalam *Theory of Behavioral Finance* disebutkan bahwa teori ini digunakan untuk memahami dan memprediksi perilaku investor dan pasar keuangan yang baik dengan pendekatan pada interdisipliner. Pendekatan tersebut akan menjelaskan terkait dengan faktor-faktor keserakahan, ketakutan, kepercayaan diri, dan bias dalam mempengaruhi perilaku investor. *Illusion of control* menjadikan seseorang percaya bahwa seluruh individu dapat mengontrol keadaan, namun kenyataannya tidak. Investor akan membuat keputusan investasi berdasar pada kemampuan individu dan preferensi yang digunakan dalam mengendalikan kejadian tidak pasti yang kemungkinan akan terjadi di masa depan.

Hasil penelitian terdahulu (Ainun, 2019; Muhammad Vicky, 2021; Pradhana, 2018) menyatakan bahwa *illusion of control* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Hal tersebut dikarenakan mayoritas investor pribadi menggunakan jasa manajer portofolio. Investor ketika memperoleh keuntungan dari investasi yang dilakukan akan merasa dapat mengontrol semua keadaan portofolio yang ada. Investor cenderung melihat kesuksesan di masa lalu, sehingga ada kecenderungan bahwa investor akan melakukan investasi di tempat

yang sudah pernah memberinya keuntungan (Pradhana, 2018). Dari teori dan hasil penelitian terdahulu, maka penelitian ini dihipotesiskan :

H3: *Illusion of control* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi di platform digital.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian
Sumber : Data Diolah (2023)

METODE

Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif adalah suatu riset kuantitatif yang bentuk deskripsinya berkaitan dengan penjabaran angka-angka numerik (statistik). Kemudian, populasi dalam penelitian ini adalah warga generasi Y dan Z yang bertempat tinggal di Kota Malang (penduduk asli maupun domisili). Metode penentuan sampel menggunakan adalah *non probability sampling*, dan dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Teknik *sampling* ini digunakan dalam penentuan sampel ketika jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga sampel dipilih berdasarkan prinsip kemudahan dalam mengambil/memilih sampel. Sampel yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki tahun kelahiran 1988 sampai dengan tahun 2005 (umur 18-35 tahun). Mengacu pada buku Hair *et al.* (2014), penentuan jumlah sampel bergantung pada jumlah indikator. Jumlah indikator dalam penelitian dikali sebanyak 5x sampai 10x, sehingga dalam penelitian ini jumlah minimum responden yang di olah adalah sebanyak 120 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari seluruh responden yang terlibat dalam pengisian kuesioner. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah ada dengan menggunakan skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban (skala *likert*). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah metode dokumentasi dengan cara pengumpulan data menggunakan kuesioner

yang disebar secara *online* berupa *Google Form* yang disebar melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Lima tingkatan kriteria dengan tingkat bobot masing-masing jawaban adalah Sangat Setuju = Skor 5, Setuju = Skor 4, Netral = Skor 3, Tidak Setuju = Skor 2, dan Sangat Tidak Setuju = Skor 1. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan teknik analisis regresi linier sederhana dengan alat bantu statistik SPSS versi 25.

Tabel 1. Variabel penelitian dan indikator variabel

Jenis Variabel	Indikator	Sumber (Adopsi)
Independen (X ₁): <i>Cognitive dissonance bias</i>	a. Kali ini berbeda. b. Membuang uang yang baik setelah yang buruk. c. Abai terhadap informasi yang kontradiktif dengan keyakinan.	(Rahmania Khanza et al., 2022)
Independen (X ₂): <i>Overconfidence</i>	a. Ketepatan pemilihan investasi. b. Keyakinan terhadap kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. c. Keyakinan dalam pemilihan investasi.	(R. J. Sari, 2019)
Independen (X ₃): <i>Illusion of control</i>	a. Mengabaikan risiko. b. Menganggap sesuatu mudah dilakukan. c. Menganggap mampu menentukan sebuah hasil keputusan.	(Ainun, 2019)
Dependen (Y): Keputusan Investasi	a. Mengetahui tingkat <i>return</i> yang diharapkan. b. Mengetahui risiko yang dihadapi. c. Menentukan waktu investasi.	(Loris, 2020)

Sumber : Artikel Jurnal, 2023

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, *content analysis*, dan analisis regresi berganda. Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan oleh peneliti agar dapat menjelaskan sub sektor dari bias kognitif yaitu *cognitive dissonance bias*, *overconfidence*, dan *illusion of control*. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi pengaruh kausalitas dari variabel independen yaitu *cognitive dissonance bias*, *overconfidence*, dan *illusion of control* dan variabel dependen yaitu keputusan investasi. Persamaan dari regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$FPD_{it} = \alpha + \beta_1 CSR_{Dit} + \beta_2 ML_{it} + \epsilon_{it}$$

$$MLD_{it} = \alpha + \beta_1 CSR_{Dit} + \beta_2 FP_{it} + \epsilon_{it}$$

Penelitian ini juga melakukan uji validitas dan reliabilitas yang menggunakan *pilot test* untuk melihat keabsahan item kuesioner yang telah

disusun. Setelah itu melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk melihat kelayakan dari data yang akan digunakan sebelum melakukan uji regresi berganda. Setelah melakukan uji asumsi klasik, dilakukan uji T dan uji F untuk melihat pengaruh variabel independen dan variabel dependen serta mengujinya secara parsial atau bersama-sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Responden dalam penelitian ini adalah generasi Y dan Z yang berusia 18-35 tahun yang sudah dan belum pernah melakukan investasi pada *platform* digital. Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan, sebanyak 195 responden yang diberikan kuesioner, 78,7% sudah pernah melakukan investasi di platform digital. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebesar 54,8% dan sisanya adalah laki-laki dengan persentase 45,2%. Kemudian, responden dalam penelitian ini sebanyak 4% berusia 18-20 tahun, 45,8% berusia 21-25 tahun, 32,9% berusia 26-30 tahun, dan 17,3% berusia 31-35 tahun. Rata-rata responden dari penelitian ini memiliki jenjang pendidikan SMA dengan persentase 20,9%, Diploma 6,8%, Strata-I 62,7%, Strata-II 8%, dan 1,6% sisanya adalah jenjang pendidikan lainnya. Profesi yang dimiliki oleh responden pada penelitian ini didominasi oleh Karyawan Swasta sebesar 36,9% dan Mahasiswa 37,8%, sisanya adalah 10% Wiraswasta, 8% Guru/Dosen, dan 7,3% pekerjaan lainnya. Pendapatan perbulan responden penelitian ini antara lain < Rp. 2.000.001,- s/d Rp. 2.500.000,- dengan persentase 28,2%; Rp. 2.500.001,- s/d Rp 5.000.000,- sebanyak 23,1%; Rp 5.000.001,- s/d Rp. 7.500.001,- sebanyak 29,1%; Rp 7.500.001,- s/d Rp 10.000.000,- sebanyak 1,6%; dan sisanya 2,8% berpenghasilan sebesar > Rp 10.000.000,-.

Berdasarkan uraian hasil demografi di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan, memiliki rentang usia 21-25 tahun, pendidikan terakhir adalah Strata-I, berprofesi sebagai mahasiswa, berpenghasilan per bulan sebesar Rp 2.500.000,- s/d Rp 5.000.000,-, dan sudah pernah melakukan investasi.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Item pertanyaan dan pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Item pertanyaan disetiap variabel sudah dinyatakan validi dengan nilai signifikansi 0,000. Uji reliabilitas item pertanyaan memiliki koefisien *cronbach alpha* diatas 0,7. Sehingga, *item* kuesioner sudah memenuhi uji validitas dan reliabilitas.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedasitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi telah terpenuhi. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai sigma 0,267 dan grafik yang menunjukkan data telah tersebar secara merata di sekitar garis linier sehingga menandakan data tersebut telah terdistribusi normal. Hasil grafik dari uji heterokesdasitas telah menunjukkan

data telah tersebar merata di atas atau di bawah angka nol pada garis liner. Data juga dinyatakan layak untuk dijadikan bahan prediksi dengan hasil uji multikolinearitas untuk semua variabel menunjukkan nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 0,538 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji telah lolos uji autokorelasi.

Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan uji yang digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap dependen dengan tujuan melihat pengaruh yang terjadi dari variabel-variabel tersebut.

Tabel 2. Hasil Analisis Jalur Variabel Independen terhadap Dependen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,697	,322		8,376	,000
	CD	-,197	,067	-,246	-2,958	,003
	OC	-,265	,091	-,241	-2,915	,004
	IC	,432	,092	,443	4,682	,000

a. Dependent Variable: KI

Sumber: Data Diolah (2023)

Hasil output tabel 2 diatas diketahui bahwa variabel *cognitive bias dissonance* memberikan nilai *standardized coefficients* beta sebesar -0,197 dan signifikansi 0,003 yang berarti *cognitive bias dissonance* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi. Variabel *overconfidence* memberikan nilai *standardized coefficients* beta -0,265 dan signifikansi 0,004 yang berarti *overconfidence* berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi. Variabel *illusion of control* memberikan nilai *standardized coefficients* beta 0,432 dan signifikansi 0,000 yang berarti *illusion of control* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi. Dengan rumus persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y (\text{Keputusan investasi}) = -0,197 (\text{CD}) - 0,265 (\text{OD}) + 0,432 (\text{IC})$$

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,792 ^a	,711	,611	,054545

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Hasil Analisis (2023)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara 0-1. Apabila nilai koefisien mendekati angka 1, maka dapat menjelaskan kemampuan dalam memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen, dan begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan tabel uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa hasil pengujian koefisien determinasi diketahui nilai *R-Square* (R^2) sebesar 0,627 hal ini menunjukkan kontribusi dari variabel bahwa *cognitive dissonance bias*, *overconfidence*, dan *illusion of control* terhadap keputusan investasi 71,1%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel yang tidak diamati dalam penelitian ini.

***Cognitive Dissonance* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *cognitive dissonance* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi. Sejalan dengan teori perilaku yang terencana terkait dengan kondisi individu yang disebabkan oleh informasi yang mereka dapatkan. Calon investor pada umumnya akan mencari informasi sebanyak-banyaknya terkait dengan investasi yang akan mereka lakukan dan mengabaikan informasi yang bersifat kontradiktif menurut pandangan mereka. Informasi awal yang mereka dapatkan belum tentu akan menjadi pertimbangan utama ketika akan mengambil keputusan untuk berinvestasi. Pada generasi Y dan Z, mereka akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari berbagai sumber sebelum memutuskan investasi pada *platform* digital (Pradhana, 2018).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Widya *et al.*, (2017), Pradhana (2018), Setiawan dkk. (2018) Khusna (2021), dan Khanza (2022). Informasi yang didapatkan seseorang terkait dengan individu akan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Investor tidak dapat mengabaikan informasi apa pun itu karena akan berkaitan dengan jangka panjang (Widya *et al.*, 2017). Investor dengan bias kognitif *dissonance* akan mengambil keputusan dengan cepat berdasarkan catatan informasi-informasi yang sudah mereka dapatkan untuk kemudian di analisis sebelum mengambil keputusan, sehingga informasi awal bukan menjadi pertimbangan utamanya.

***Overconfidence* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *overconfidence* berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi. Dalam teori perilaku yang berencana, semakin kuat niat seseorang ketika akan berinvestasi, maka semakin yakin calon investor dan semakin tinggi kemungkinan seseorang terlihat percaya diri dengan keputusan yang akan diambilnya terkait dengan investasi. Keyakinan dalam kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki dapat menyebabkan calon investor berani untuk melakukan investasi pada *platform* digital dan siap menanggung segala risiko yang akan didapatnya. Para generasi Y dan Z biasanya akan lebih banyak mendapatkan informasi terkait dengan investasi pada *platform* digital dari *sharing* dengan teman-

teman atau dengan orang yang sudah berpengalaman. Hal ini menghasilkan ketelitian analisis dan manfaat informasi yang maksimal. Informasi-informasi yang sudah dikumpulkan tersebut seringkali membuat kepercayaan diri seseorang semakin menurun karena terlalu banyak informasi yang diterima sehingga orang yang bersangkutan semakin ragu dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi (Setiawan, 2018).

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pradhana (2018), Reichenbach *et al.* (2019), Sari (2019), Rakhmatullah & Asandimitra (2019), Sari & Damingun (2021), dan Hatane *et al.* (2021). Semakin tinggi kepercayaan seseorang ketika ingin mengambil keputusan untuk berinvestasi di *platform* digital maka semakin tinggi risiko yang akan dirasakannya. Sikap terlalu percaya diri yang dimiliki oleh seseorang dapat menghancurkan keputusan investasi, baik yang *underinvestment* atau *overinvestment*. Efek dari *overconfidence* berdampak pada persepsi risiko meskipun efeknya sangat marginal (Reichenbach *et al.*, 2019).

***Illusion of control* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *illusion of control* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Artinya bahwa, ketika calon investor memiliki pengendalian ilusi yang baik maka pengambilan keputusan untuk berinvestasi akan segera bisa dilakukan. Dalam teori perilaku keuangan, seseorang dengan *illusion of control* yang tinggi akan menganggap bahwa dirinya dapat mengontrol keadaan, walaupun kenyataannya tidak. Terkait dengan mengontrol keadaan sekitar seorang mahasiswa masih sering dihadapkan pada kondisi labil ketika akan membuat sebuah keputusan, sekecil apapun keputusan yang akan dipilihnya, keputusan dalam berinvestasi merupakan sebuah keputusan besar karena akan berlangsung dalam jangka lama (Vicky, 2021).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pradhana (2018), Ainun (2019), dan Vicky (2021). Pada kenyataannya seseorang akan mengambil keputusan investasi berdasar pada kemampuan dan preferensi individu tersebut terkait dengan pengendalian kejadian di masa yang akan datang terhadap keterampilan individu tersebut. Jika dipaksakan dikhawatirkan akan membuat calon investor menjadi tidak terkontrol dalam membuat keputusan baik jangka pendek maupun jangka panjang nanti.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari bias kognitif yang diukur menggunakan *cognitive dissonance bias*, *overconfidence*, dan *illusion of control* terhadap keputusan investasi pada generasi Y dan Z dengan rentang usia 18-35 tahun. Penelitian ini menggunakan 195 data responden yang didapatkan dalam kurun waktu tertentu. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *cognitive dissonance bias* berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi, hal ini dikarenakan individu yang akan mengambil

keputusan untuk berinvestasi belum tentu menggunakan informasi awal yang mereka dapatkan dan cenderung akan mengumpulkan informasi untuk kemudian dianalisis dan dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan investasi. *Overconfidence* berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi, hal ini dikarenakan rasa percaya diri yang berlebihan dalam individu yang akan berdampak pada keputusan investasi, baik yang *underinvestment* atau *overinvestment*. *Illusion of control* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, hal ini dikarenakan kemampuan dan preferensi setiap individu itu berbeda dan hal tersebut berkaitan dengan pengendalian kejadian di masa depan dalam jangka waktu yang panjang.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagian responden tidak responsif saat peneliti membagikan kuesioner penelitian. Contohnya seperti saat pembagian kuesioner kepada sebuah grup atau komunitas, responden yang mengumpulkan kuesioner hanya sebagian saja karena kesibukan atau lupa untuk mengisi kuesioner. Hal tersebut mempengaruhi jumlah target responden yang telah ditentukan peneliti dari masing-masing sasaran grup atau komunitas yang ditetapkan menjadi sampel penelitian. Kemudian kuesioner yang dikumpulkan sejumlah responden masih terdapat pertanyaan atau *item* kuesioner yang terlewat sehingga tidak bisa diolah oleh peneliti. Terakhir, penelitian ini mengalami kendala pada keterbatasan waktu penelitian. Oleh karena itu, penelitian di masa depan dapat mempertimbangkan untuk mengingatkan responden penelitian agar responden berkenan untuk mengisi kuesioner serta mengarahkan responden agar mengisi kuesioner sesuai petunjuk pengisian. Kemudian, penelitian selanjutnya bisa mempertimbangkan untuk memperpanjang waktu penelitian agar dapat menjangkau warga Kota Malang sebagai responden penelitian secara keseluruhan terutama generasi Y dan Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, A. N. A. (2019). Pengaruh Illusion Of Control, Overconfidence dan Emosi Terhadap Keputusan Investasi Pada Investor Muda di Kota Makassar. Skripsi, 133.
- Anam, C. (2023). Investor Pasar Modal di Wilayah OJK Malang Mencapai 212.592 Orang. <https://surabaya.bisnis.com/read/20230110/532/1616859/investor-pasar-modal-di-wilayah-ojk-malang-mencapai-212592-orang>.
- Bayu, D. (2022). Ini 8 Aplikasi Investasi Terfavorit di Indonesia, Apa Saja? <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/ini-8-aplikasi-investasi-terfavorit-di-indonesia-apa-saja>.
- Claudia, N. (2020). Pengaruh Bias Kognitif terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham pada Generasi Z di Surabaya dengan Finansial Literasi sebagai Variabel Moderasi.
- Fadilah, M. N., Indriwan, N., Khoirunnisa, N., & Mulyantini, S. (2022). Review Faktor Penentu 2017). Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Syariah Al-Maslahah*, 13(1), 1-20. <https://doi.org/10.24260/almaslahah.v13i1.921>

- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition, Pearson Education, Upper Saddle River.
- Hamonangan, Y. E. & Wisuda H. P. (2022). Pemahaman Investasi pada Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 29-40. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman>
- Hatane, S. E., Setiono, F. J., Setiawan, F. F., Samuel, H., & Mangoting, Y. (2021). Learning environment, students' attitude and intention to enhance current knowledge in the context of choosing accounting career. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 13(1), 79-97. <https://doi.org/10.1108/JARHE-06-2019-0156>
- Hayati, R., Azmansyah, Suriyanti, L. H, & Irman, M. (2022). Bias Kognitif dalam Keputusan Investasi di Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 12(1), 64-73. <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae>
- Indraswari, D. L. (2022). Geliat Kaum Muda Berinvestasi. <https://www.kompas.id/baca/telaah/2022/03/28/geliat-kaum-muda-berinvestasi>.
- Karima, N. A. & Sari, N. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Illusion Of Control dan Overconfidence terhadap Keputusan Investasi Keputusan Investasi pada Generasi Z & Millenial. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 17-29. <http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/IMKGunawijaya>, R. (pada Investor di Tulungagung. *Budgeting: Journal of Business, Management and Accounting*, 4(1), 74-88.
- Kartini, K. & Nugraha, N. F. (2015). Pengaruh Illusions of Control, Overconfidence dan Emotion terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada Investor di Yogyakarta. *Jurnal Ajie*, 4(2), 114-122. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol4.iss2.art6>
- Khanza, P. R. (2022). Pengaruh Cognitive Dissonance Bias, Hindsight Bias, Overconfidence Bias, dan Self-Control Bias terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency. (Skripsi Sarjana, Universitas Dinamika).
- Khusna, A. A. (2021). Pengaruh Confirmation Bias, Self- Attribution Bias, Overconfidence Bias, Cognitive Dissonance Bias, dan Herding Bias terhadap Pengambilan Keputusan Investor Pemula dalam Investasi Saham di Masa Pandemi Covid-19. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta).
- Leiwakabessy, A., Patty, M., & Titioka, B. M. (2022). Faktor Psikologis Investor Millenial Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham. 22(02), 494-505.
- Loris, R. P. (2020). Pengaruh Representativeness, Availability, Anchoring, Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Investor Syariah. Skripsi.
- Muhammad Vicky, V. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Illusion Of Control, Overconfidance, Risk Perception, Risk Tolerance Dan Experienced Regret Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Galeri Investasi UIN Suska Riau).
- Nadila, S. M. (2022). Generasi Z: Si Paling Healing vs Si Pembawa Perubahan. <https://pmb.brin.go.id/generasi-z-si-paling-healing-vs-si-pembawa-perubahan>.
- Olivia, L. (2022). Platform Investasi Digital Bantu Naikkan Pendapatan. <https://investor.id/finance/307584/platform-investasi-digital-bantu-naikkan-pendapatan>.

- Pompian, M. M. (2006). *Behavioral Finance and Wealth Management: How to Build Optimal Portfolios that Account for Investor Biases*. United States: Wiler Finance.
- Pradhana, R. W. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Cognitive Bias, Dan Emotional Bias Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Investor Galeri Investasi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 108-117.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/23849>
- Pradnyawati, N. L. P. E. & Sinarwati, N. K. (2022). Analisis Keputusan Investasi pada Generasi Millenial di Pasar Modal saat Pandemi Covid-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(2), 428-437.
- Rahmania Khanza, P., Tanuwijaya, H., Yanu, A., & Fianto, A. (2022). Pengaruh Cognitive Dissonance Bias, Hindsight Bias, Overconfidence Bias Dan Self-Control Bias Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 3(1), 1-15. www.coinmarketcap.com
- Rakhmatullah, A. D. & Asandimitra, N. (2019). Pengaruh Overconfidence, Accounting Information, dan Behavioural Motivation terhadap Keputusan Investasi di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 796-806.
- Reichenbach, A., Bringmann, A., Reader, E. E., Pournaras, C. J., Rungger-Brändle, E., Riva, C. E., Hardarson, S. H., Stefansson, E., Yard, W. N., Newman, E. A., & Holmes, D. (2019). Analisis Pengaruh Overconfidence dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Pada Investor di Kota Bandar Lampung. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2-S3
- Rosariana, B. (2021). Generasi "Milenial" dan Generasi "Kolonial." <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html>, diakses Mei 2023
- Sari, R. J. (2019). Analisis Pengaruh Overconfidence dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Pada Investor di Kota Bandar Lampung. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2-S3.
- Sari, R. N., & Damingun. (2021). Pengaruh Bias Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal. *Borneo Student Research*, 2(3), 2072-2081.
- Setiawan, Y. C., Atahau, A. D. R., & Robiyanto, R. (2018). Cognitive Dissonance Bias, Overconfidence Bias dan Herding Bias dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 1(1), 17-25. <https://doi.org/10.26905/afr.v1i1.1745>
- Umairoh, P. (2012). Cognitive Bias Dan Emotional Bias Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Portofolio Oleh: Pradiptianing Umairoh Nim : 212008104 Kertas Kerja.
- Violeta, J., & Linawati, N. (2019). Pengaruh Anger Traits, Anxiety Traits, dan Faktor Demografi terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 89-96. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.89-96>
- Widya, K. A., ; Z. B., & Hariadi, B. (2017). Study on Auditor's Behavior In Using Information Technology For Auditing: Theory of Planned Behavior and Social Cognitive Theory Modification. *Rjoas*, 6(June), 250-258.

Aristi Prita Isywara, Winda Rein Nimas Tasia, Fadilatur Ramadhan, Arum Prastiwi:
Pengaruh Bias Kognitif terhadap Pengambilan Keputusan Investasi di *Platform* Digital
pada Generasi Y dan Z

Wira, Y. S. (2023). Milenial Dominasi Tambahan Jumlah Investor di Kota Malang.
<https://radarmalang.jawapos.com/ekonomi-bisnis/31/03/2023/milenial-dominasi-tambahan-jumlah-investor-di-kota-malang/>, diakses Mei 2023.