

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Telaah Teori

2.1.1 Teori Prospek (*Prospect Theory*)

Tversky dan Kahneman (1979) mengemukakan *prospect theory* sebagai teori yang menjelaskan bagaimana individu mengambil keputusan dalam kondisi ketidakpastian, di mana hasil dari keputusan tersebut belum pasti. Teori ini menekankan bahwa individu tidak selalu bertindak secara rasional ketika menghadapi risiko dan ketidakpastian, karena keputusan mereka dipengaruhi oleh faktor psikologis serta perilaku yang cenderung tidak konsisten. Menurut Pradikasari dan Isbanah (2018), dalam situasi tersebut, individu cenderung mengalami distorsi kognitif yang memengaruhi kemampuan mereka dalam mengambil keputusan yang logis dan objektif. Teori ini juga menyatakan bahwa bias dalam pengambilan keputusan terus muncul akibat motivasi dari berbagai faktor psikologis yang memengaruhi preferensi individu dalam situasi yang tidak pasti (Ricciardi & Simon, 2000).

2.1.2 Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori atribusi, yang dikembangkan oleh Fritz Heider (1958) dan kemudian diperluas oleh Bernard Weiner (1985), menjelaskan bagaimana individu menjelaskan penyebab suatu peristiwa atau perilaku, baik perilaku diri sendiri maupun orang lain. Menurut teori ini, perilaku seseorang dipengaruhi oleh perpaduan antara faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, yakni aspek-aspek yang berasal dari dalam diri seperti kemampuan, pengetahuan, dan

usaha, serta faktor eksternal, yaitu elemen-elemen dari lingkungan luar seperti keberuntungan, kesempatan, dan kondisi sekitar.

2.1.3 Pengambilan Keputusan Investasi

Penelitian Damayati *et al.* (2018) menggambarkan pengambilan keputusan sebagai proses kognitif yang melibatkan pemikiran, pengelolaan, dan penguraian masalah. Keputusan adalah proses pemilihan di antara berbagai alternatif tindakan yang dapat memengaruhi masa depan. Keputusan investasi adalah tindakan investor yang mempertimbangkan rencana secara matang untuk mendapatkan keuntungan di masa depan.

Menurut Rona & Sinarwati (2021), keputusan investasi adalah kebijakan penting di mana individu mengarahkan aset atau modal mereka dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan. Peningkatan jumlah investor akan meningkatkan kegiatan investasi, sehingga investor perlu membuat keputusan investasi. Semakin banyak investor, semakin banyak pula keputusan investasi yang akan dibuat (Budiartha & Susanti, 2017).

2.1.4 Mental Accounting

Penelitian yang dilakukan Cristanti *et al.* (2021) mengulas *mental accounting* yang menyatakan bahwa manusia seperti perusahaan yang beroperasi, di mana mereka mencatat dan memilah penerimaan atau pendapatan dan pengeluaran yang terbagi menjadi dua akun, yaitu akun operasional dan akun non-operasional. *Mental accounting* juga menjelaskan sikap seseorang dalam mengatur pemasukan yang diterima baik secara operasional maupun non-operasional (Mahastanti & Wiharjo, 2012). Hal ini dapat berpengaruh pada sifat pembelanjaan mereka. Penerimaan yang masuk pada akun operasional akan dipergunakan dengan hati-hati, atau sesuai dengan kebutuhan yang bersifat

penting atau mendesak. Sedangkan penerimaan dalam akun non-operasional akan dipergunakan secara boros atau bersifat untuk memenuhi keinginan (Purwandani & Aji Dedi Mulawarman, 2021).

Mental accounting adalah proses kognitif yang menggambarkan sikap seseorang yang selalu ingin mengevaluasi investasi yang mereka lakukan dengan menempatkan setiap pengeluaran dan pendapatan pada posisi tertentu (Anggini *et al.*, 2021). *Mental accounting* adalah perilaku orang yang selalu mempertimbangkan biaya dan manfaat ketika mengambil keputusan. Mereka selalu mencoba menilai situasi keuangan mereka dengan memberikan karakteristik atau kategori untuk setiap investasi dan pembenaran untuk memaksimalkan keuntungan di masa depan. Seseorang yang mempunyai *mental accounting* yang tinggi akan lebih berani dalam membuat pengambilan keputusan dan sebaliknya, seseorang yang memiliki *mental accounting* yang rendah akan memiliki sedikit keberanian dalam melakukan pengambilan keputusan. Namun, *mental accounting* juga dapat menyebabkan investor terjebak dalam pola pikir yang tidak rasional, di mana mereka mungkin mengabaikan potensi risiko atau peluang investasi yang lebih baik karena mereka terfokus pada kategori tertentu dari pengeluaran dan pendapatan.

2.1.5 Familiarity Bias

Orang yang terjun ke dunia investasi, terutama mahasiswa, cenderung memilih investasi yang sudah mereka kenal untuk mengurangi risiko kerugian. Selain meminimalkan kerugian, investasi pada hal yang familiar juga dianggap dapat memberikan keuntungan yang lebih besar. Kecenderungan ini disebut *Familiarity bias*. *Familiarity bias* adalah kecenderungan untuk lebih memilih sesuatu yang sudah sering didengar atau dikenal daripada sesuatu yang baru.

Dalam investasi, investor, terutama mahasiswa, merasa lebih aman berinvestasi pada perusahaan atau produk yang sudah mereka kenal atau gunakan sebelumnya (Djojopranoto & Mahadwartha, 2016).

Investor seringkali tidak memilih perusahaan yang tidak mereka kenal, meskipun perusahaan tersebut sedang dalam kondisi baik atau *uptrend*. Dalam perbandingan saham lokal dan internasional, investor cenderung memilih saham lokal meskipun saham internasional mungkin lebih menguntungkan. Keputusan investasi yang hanya didasarkan pada *familiarity* dapat menyebabkan investor hanya fokus pada sisi positif atau negatif produk dan merek perusahaan tertentu. Hal ini tidak menggambarkan fundamental perusahaan dan dapat mengakibatkan keuntungan yang tidak sesuai harapan. Riedl & Smeets (2017) mendefinisikan *familiarity bias* sebagai keinginan seseorang untuk memilih investasi yang familiar atau dikenal dengan baik. Nurcahya & Maharani (2021) menyatakan bahwa investor cenderung berinvestasi pada perusahaan atau industri yang familiar bagi mereka.

2.1.6 Confirmation Bias

Confirmation bias adalah jenis perilaku bias kognitif yang terlalu memaksakan kemampuan diri untuk meyakinkan apa yang ingin dipercayai atau aktif dalam pencarian informasi untuk mengkonfirmasi keputusannya sekaligus menolak, mengabaikan, atau mendevaluasi bukti-bukti yang dapat bertentangan dengan keyakinan sendiri. *Confirmation bias* dapat dianggap sebagai bentuk bias seleksi dalam mengumpulkan bukti untuk mendukung keyakinan tertentu, di mana pengambil keputusan mengamati, menilai terlalu tinggi, atau secara aktif mencari informasi yang meyakinkan bukti mereka, sementara secara bersamaan mengabaikan atau mendevaluasi bukti yang mungkin tidak yakin dengan klaim

mereka (Setiawan *et al.*, 2018). Investor yang mengalami *confirmation bias* mungkin hanya mencari berita atau analisis yang mendukung pandangan mereka tentang suatu saham atau aset, sementara mengabaikan informasi negatif yang dapat mempengaruhi keputusan mereka.

2.1.7 Self-Attribution Bias

Self-attribution bias merupakan bias yang paling sering ditemui dan ditunjukkan oleh investor individu. *Self-attribution bias* memicu munculnya *overconfidence* yang membuat investor salah menginterpretasikan keakuratan informasi dan terlalu tinggi dalam menganalisis informasi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *Self-attribution bias* ikut campur dalam memberi dampak investor, terutama pada mahasiswa komunitas pasar modal (Addinpujoartanto & Darmawan, 2020).

Penelitian Mahadevi & Haryono (2021) menjelaskan bahwa calon investor cenderung menganggap keberhasilan investasi mereka sebagai hasil dari kemampuan dan pengetahuan pribadi. Sebaliknya, ketika mengalami kerugian, mereka sering kali menyalahkan pihak lain atau menganggap bahwa kegagalan tersebut disebabkan oleh faktor eksternal yang berada di luar kendali mereka. *Self-attribution bias*, yang merupakan kecenderungan untuk mengaitkan keberhasilan dengan diri sendiri dan kegagalan dengan faktor eksternal, dapat mengakibatkan kesalahan dalam menilai informasi yang relevan. Bias ini sangat rentan terjadi di kalangan investor yang memiliki pengalaman dalam berinvestasi. Ketika mengalami keuntungan, investor dengan *self-attribution bias* cenderung mengklaim bahwa keberhasilan tersebut adalah hasil dari kemampuan mereka. Namun, ketika menghadapi kerugian, mereka lebih cenderung untuk

menyalahkan orang lain atau faktor eksternal yang tidak dapat mereka kendalikan (Mushinada & Veluri, 2019).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Anggini *et al.*, (2021) bertujuan untuk menganalisis pengaruh beberapa bias, yaitu *self-attribution bias*, *mental accounting*, dan *familiarity bias*, terhadap pengambilan keputusan investasi. Sampel penelitian ini terdiri dari mahasiswa yang tergabung dalam beberapa komunitas investasi di Kota Malang, karena mahasiswa dianggap mewakili investor muda yang memiliki potensi untuk berkontribusi dalam investasi pasar modal. Sebanyak 288 kuesioner disebarakan secara online dan dianalisis menggunakan metode regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-attribution bias*, *mental accounting*, dan *familiarity bias* memiliki pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi. Faktor-faktor seperti keyakinan terhadap kemampuan diri, pertimbangan biaya dan manfaat, serta tingkat keakraban dengan instrumen investasi menjadi pendorong utama dalam proses pengambilan keputusan investasi. Berdasarkan temuan tersebut, disimpulkan bahwa *self-attribution bias*, *mental accounting*, dan *familiarity bias* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi mahasiswa di Kota Malang.

Penelitian yang dilakukan oleh Araminta (2021) ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *herding*, *confirmation bias*, *overconfidence*, dan *risk aversion* terhadap pengambilan keputusan investasi saham. Studi ini melibatkan 200 responden yang merupakan investor saham di Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

hanya variabel *risk aversion* yang memiliki pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi saham. Sementara itu, variabel *herding*, *confirmation bias*, dan *overconfidence* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan investasi saham.

Penelitian dari Hamzah (2022) bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh *overconfidence bias*, *mental accounting*, dan *familiarity bias* terhadap pengambilan keputusan investasi (studi kasus pada korban investasi ilegal *binary option*), baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian mencakup seluruh korban investasi ilegal *binary option* di Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*. Perhitungan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada korban investasi ilegal *binary option* di seluruh Indonesia, sedangkan analisis data menggunakan teknik regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *overconfidence bias*, *mental accounting*, dan *familiarity bias* secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Husadha *et al.* (2022) bertujuan untuk mengetahui pengaruh *mental accounting bias* dan *confirmation bias*. Penelitian ini mengambil sampel mahasiswa di galeri investasi sebuah universitas swasta di Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah investor mahasiswa di Galeri Investasi Universitas Bhayangkara, Jakarta Raya Bekasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang ditujukan kepada mahasiswa yang memiliki pengalaman berinvestasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Mental*

accounting dan *Confirmation bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi saham.

Penelitian oleh Rose & Armansyah (2022) ini menguji pengaruh *recency bias* dan *confirmation bias* terhadap pengambilan keputusan investasi investor di pasar modal. Sampel penelitian terdiri dari 150 investor individu pasar modal Indonesia dengan kriteria sebagai investor aktif minimal 1 tahun, berusia minimal 17 tahun, berkewarganegaraan Indonesia, dan merupakan anggota perusahaan efek. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS), sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *recency bias* dan *confirmation bias* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi investor.

Penelitian oleh Gulo & Cahyonowati (2024) bertujuan untuk menguji dan menentukan apakah bias perilaku, termasuk *overconfidence bias*, *herding bias*, *self-attribution bias*, dan *confirmation bias*, memengaruhi pengambilan keputusan investasi oleh investor pemula. Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online menggunakan skala Likert. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini terdiri dari 121 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dengan pengolahan data hasil kuesioner menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil analisis data pengujian hipotesis, penelitian ini menunjukkan bahwa *self-attribution bias* secara signifikan memengaruhi pengambilan keputusan investasi oleh investor pemula, sedangkan *overconfidence bias*,

herding bias, dan *confirmation bias* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi oleh investor pemula.

Penelitian yang dilakukan oleh Pandji *et al.* (2024) bertujuan untuk menganalisis pengaruh *influence*, *mental accounting*, *familiarity bias*, dan *self-attribution bias* terhadap pengambilan keputusan investasi, dengan melihat bukti peningkatan jumlah investor di pasar modal, khususnya di kalangan mahasiswa. Studi ini dilaksanakan oleh Udinus Semarang menggunakan instrumen kuesioner yang dianalisis dengan teknik Analisis Regresi untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *mental accounting*, *familiarity bias*, dan *self-attribution bias* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi, yang tercermin dari peningkatan jumlah investor muda, termasuk mahasiswa, di Indonesia. Berdasarkan temuan tersebut, disimpulkan bahwa *mental accounting*, *familiarity bias*, dan *self-attribution bias* memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan investasi.

2.3 Kerangka Teoretis

Pengambilan keputusan investasi adalah tindakan yang dilakukan seorang investor dengan mempertimbangkan berbagai rencana yang telah disusun secara matang untuk memperoleh keuntungan di masa depan. Hasil yang dicapai oleh investor sangat bergantung pada langkah-langkah yang mereka ambil (Virlics, 2013). Terdapat dua proses yang memengaruhi investor dalam pengambilan keputusan investasi, yaitu pengambilan keputusan secara rasional dan irasional. Pengambilan keputusan secara rasional didasarkan pada logika dan informasi yang relevan terkait investasi. Namun, meskipun investor berusaha untuk rasional, faktor psikologis seringkali tetap berperan besar dalam proses pengambilan keputusan (Utami, 2005). Hal ini dapat memicu pengambilan

keputusan secara irasional, yaitu keputusan yang didasarkan pada perasaan pribadi.

Teori prospek, yang dikembangkan oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky pada tahun 1979, adalah salah satu teori utama dalam bidang *behavioral finance* yang menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan di bawah ketidakpastian dan risiko. Teori atribusi, yang dikembangkan oleh Bernard Weiner dan lainnya, menjelaskan bagaimana individu menginterpretasikan penyebab dari keberhasilan atau kegagalan. Keterkaitan antara teori prospek dan teori atribusi dengan bias-bias seperti *mental accounting*, *familiarity bias*, *confirmation bias*, dan *self-attribution bias* menunjukkan bagaimana faktor psikologis dapat memengaruhi pengambilan keputusan investasi. Bias-bias ini sering kali menyebabkan pengambilan keputusan yang irasional.

Mental accounting adalah perilaku di mana seorang investor mengkategorikan dan mengevaluasi pendapatan serta pengeluaran ekonominya (Bashir *et al.*, 2013). Investor dengan pemahaman *mental accounting* cenderung fokus pada upaya menyelamatkan posisi saham yang mengalami kerugian dengan membuat “akun” tersendiri untuk saham tersebut (Kontan, 2019). Penelitian oleh Dewi (2020) dan Cahyanti *et al.* (2021) menunjukkan bahwa *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

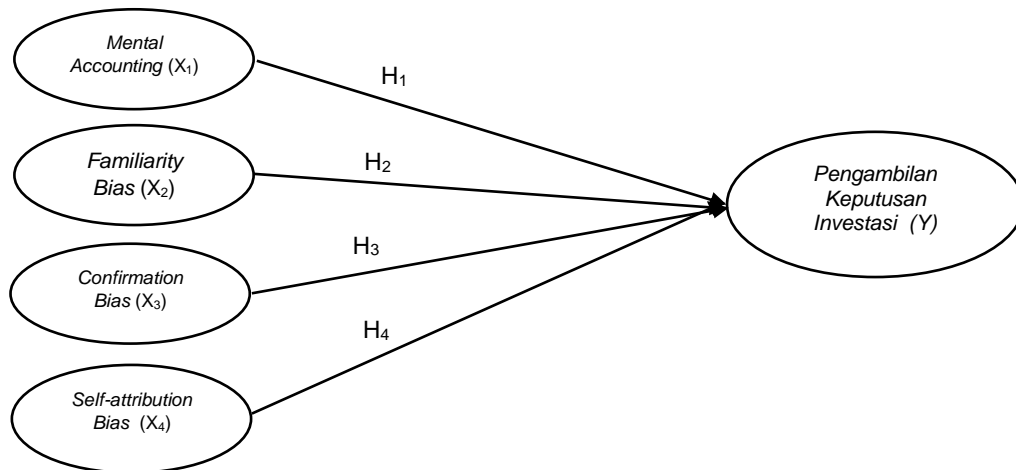
Familiarity bias adalah kecenderungan seseorang untuk memilih atau menilai sesuatu berdasarkan tingkat pengenalan terhadap objek tersebut. Dalam konteks investasi, investor cenderung memilih perusahaan, produk, atau merek yang sudah dikenal karena merasa lebih aman (Djojopranoto & Mahadwartha, 2016). Penelitian oleh Musthofa (2018), Risma (2019), dan Anggini *et al.* (2021)

menyatakan bahwa *familiarity bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

Confirmation bias sering terjadi pada investor pemula, di mana mereka cenderung mencari dan fokus pada informasi yang mendukung keyakinan mereka. Investor dengan perilaku ini yakin bahwa keputusan investasi yang mereka buat sudah tepat karena hanya mengandalkan informasi positif yang sesuai dengan pandangan mereka (Rose & Armansyah, 2022). Penelitian oleh Husadha *et al.* (2022), Anggara *et al.* (2023), serta Rose & Armansyah (2022) menunjukkan bahwa *confirmation bias* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan.

Self-attribution bias mengacu pada kecenderungan investor untuk mengaitkan keberhasilan investasi dengan kemampuan pribadi mereka, sementara kegagalan atau kerugian dianggap sebagai kesalahan faktor eksternal (Mushinada & Veluri, 2019). Penelitian oleh Anggini *et al.* (2021) serta Gulo & Cahyonowati (2024) menyatakan bahwa *Self-attribution bias* berpengaruh positif dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Dalam penelitian ini, kerangka konseptual akan mengintegrasikan konsep-konsep yang telah dibahas untuk menguji apakah *mental accounting*, *familiarity bias*, *confirmation bias*, dan *self-attribution bias* berpengaruh pada pengambilan keputusan investasi. Kerangka konseptual adalah representasi visual atau naratif yang menjelaskan bagaimana konsep-konsep yang berbeda saling terkait dalam suatu penelitian. Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, maka peneliti membentuk kerangka teoretis yang menyatakan hubungan antara variabel sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Teoretis

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoretis yang dibuat, penelitian ini akan mencoba mengidentifikasi berbagai faktor yang dianggap berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi. Faktor-faktor tersebut meliputi: *mental accounting*, *familiarity bias*, *confirmation bias*, dan *self-attribution bias* sebagai variabel independen. Dengan demikian, hipotesis yang berkaitan dengan hubungan antar variabel dalam penelitian ini dikembangkan sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh *Mental Accounting* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Mental accounting mengacu pada proses pengodean, pengkategorisasian, dan pengevaluasian terhadap keputusan keuangan (Pompian, 2012). Teori prospek menjelaskan bahwa *mental accounting* dapat menyebabkan individu memperlakukan dana dari kategori yang berbeda dengan cara yang berbeda, yang berpotensi mengarah pada pengambilan keputusan yang tidak rasional. Investor yang menerapkan *mental accounting* cenderung mengkategorikan uang ke dalam kelompok yang berbeda, sehingga mereka merasa lebih nyaman untuk mengambil risiko yang seharusnya dihindari. Misalnya, mereka mungkin

menganggap uang dari bonus sebagai 'uang gratis' dan berinvestasi secara agresif, meskipun investasi tersebut memiliki risiko tinggi. Akibatnya, hal ini dapat mengakibatkan pengambilan keputusan yang buruk dan mengabaikan peluang investasi yang lebih menguntungkan.

Penelitian Pandji *et al.* (2024) dan Abdani & Nurdin (2019) menunjukkan bahwa *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Namun, penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Pratami (2018) yang menunjukkan bahwa *mental accounting* tidak berpengaruh pada pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Mental accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

2.4.2 Pengaruh *Familiarity Bias* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Familiarity bias merupakan salah satu bentuk *cognitive bias* yang menyebabkan investor cenderung memilih instrumen investasi yang sudah mereka kenal, meskipun pilihan tersebut mungkin tidak optimal. Menurut Nofsinger (2017), dalam konteks investasi, investor sering kali merasa lebih nyaman dan percaya diri untuk berinvestasi pada instrumen yang familiar karena mereka merasa dapat memperkirakan tingkat *return* dan risiko berdasarkan informasi yang dimiliki. Namun, kecenderungan ini dapat menyebabkan keputusan investasi menjadi tidak akurat, karena investor mungkin mengabaikan peluang investasi lain yang lebih menguntungkan hanya karena kurang dikenal. Teori prospek menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menghindari risiko yang tidak dikenal, sehingga mereka lebih memilih untuk berinvestasi pada

saham atau instrumen yang sudah mereka kenal. Dengan demikian, *familiarity bias* dapat menyebabkan investor membuat keputusan yang suboptimal, karena mereka cenderung menganggap bahwa instrumen yang dikenal tidak akan memberikan kerugian besar dan memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan dengan instrumen yang kurang familiar.

Dalam studi yang dilakukan oleh Musthofa (2018), Risma (2019), dan Anggini *et al.* (2021), menyatakan bahwa *familiarity bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Namun, penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Irjayanti (2017) yang menunjukkan bahwa *familiarity bias* tidak berpengaruh pada pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Familiarity bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

2.4.3 Pengaruh *Confirmation Bias* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Confirmation bias merupakan salah satu bentuk *cognitive bias* yang menyebabkan individu cenderung mengabaikan informasi yang bertentangan dengan keyakinan atau pandangan mereka. Menurut Shefrin (2007), bias ini mendorong seseorang untuk lebih memperhatikan dan memprioritaskan informasi yang mendukung pendapat atau keputusan yang telah diambil, sementara mengabaikan bukti atau data yang bertentangan. Dalam konteks investasi, *confirmation bias* dapat terwujud ketika investor hanya mencari dan mempercayai informasi dari sumber yang selaras dengan keyakinan mereka, sehingga keputusan investasi yang diambil berisiko didasarkan pada informasi yang tidak seimbang dan kurang objektif. Teori prospek mendukung bahwa

confirmation bias dapat menyebabkan mahasiswa hanya mencari informasi yang mendukung keputusan investasi mereka dan mengabaikan informasi yang bertentangan. Investor pemula, khususnya mahasiswa, rentan terhadap *confirmation bias* karena kurangnya pengalaman dan kecenderungan untuk mencari informasi yang menguatkan keyakinan mereka.

Temuan oleh Husadha *et al.* (2022), Anggara *et al.* (2023), serta Rose & Armansyah (2022), menyatakan bahwa *confirmation bias* berpengaruh positif dan signifikan dalam proses pengambilan keputusan investasi. Namun, penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Khusna (2021) yang menunjukkan bahwa *confirmation bias* tidak berpengaruh pada pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Confirmation bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

2.4.4 Pengaruh *Self-Attribution Bias* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Self-attribution bias muncul ketika investor mengaitkan kesuksesan investasi dengan kemampuan pribadi mereka, sementara kegagalan atau kerugian dianggap sebagai hasil dari faktor eksternal di luar kendali mereka (J. R. Nofsinger, 2017). Teori atribusi menjelaskan bahwa mahasiswa yang mengalami keberhasilan dalam investasi cenderung mengatribusikan keberhasilan tersebut pada kemampuan pribadi, yang dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka. Dalam konteks investasi, *self-attribution bias* sangat memengaruhi investor, terutama ketika mereka mengalami kesuksesan di masa lalu atau ketika keputusan investasi mereka menghasilkan keuntungan. Kondisi ini meningkatkan tingkat *overconfidence*, di mana investor menjadi terlalu percaya diri terhadap

kemampuan mereka dalam menganalisis dan memprediksi pasar. Sebaliknya, jika keputusan investasi menghasilkan kerugian, investor cenderung menyalahkan faktor eksternal, seperti nasib buruk atau kondisi pasar yang tidak menguntungkan. *Self-attribution bias* membuat investor sulit mengevaluasi keputusan investasi mereka secara objektif karena mereka enggan mengakui kesalahan atau kurangnya pengendalian diri.

Penelitian Niyoyita Mahina (2018) dan Mittal (2019) menunjukkan bahwa *Self-attribution bias* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Namun, penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Anggara *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa *self-attribution bias* tidak berpengaruh pada pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: *Self-attribution bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.