

Pengaruh Sentimen Investor Dan Antesedennya Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Lia Ratna Widyawati^{✉1}, Imronudin²

Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak sentimen investor dan faktor-faktor yang mempengaruhinya terhadap keputusan investasi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui survei kepada masyarakat di Karesidenan Surakarta yang memiliki pengalaman investasi. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih dengan metode purposive sampling. Data dianalisis menggunakan teknik Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku herding memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Sebaliknya, faktor-faktor seperti media, interaksi sosial, dan rekomendasi analisis tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Namun, faktor-faktor tersebut ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap sentimen investor. Sentimen investor juga ditemukan berhasil memediasi hubungan antara perilaku herding dan faktor-faktor yang mempengaruhi investor terhadap keputusan investasi.

Kata Kunci: Sentimen Investor, Pengambilan Keputusan Investasi, Anteseden, PLS-SEM, SmartPLS, Karesidenan Surakarta.

Abstract

This study aims to examine the influence of investor sentiment and its antecedent factors on investment decision-making. The research method used is quantitative, with data collection techniques through surveys of the residents in the Surakarta Residency who have previously made investments. The research sample consists of 100 respondents selected using the purposive sampling method. Data analysis is conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) techniques with SmartPLS software. The results of the study show that herding behavior has a significant influence on investment decision-making. Conversely, antecedent factors such as media, social interaction, and analytical recommendations do not have a positive and significant influence on investment decisions. However, antecedent factors like media, social interaction, and analytical recommendations are found to have a positive influence on investor sentiment. Additionally, it is found that investor sentiment successfully mediates the relationship between herding behavior and investor antecedents on investment decisions.

Keywords: *Investor Sentiment, Investment Decision-Making, Antecedents, PLS-SEM, SmartPLS, Surakarta Residency*

Copyright (c) 2024 **Lia Ratna Widyawati**

✉ Corresponding author :

Email Address : b100200047@student.ums.ac.id

PENDAHULUAN

Investasi adalah tindakan individu atau perusahaan untuk memperoleh keuntungan melalui alokasi sumber daya keuangan. Individu berinvestasi dengan menempatkan dana mereka dalam berbagai produk investasi yang akan digunakan untuk kebutuhan masa depan. Produk investasi meliputi saham, deposito, emas, reksa dana, dan obligasi pemerintah. Keberagaman produk ini menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Keputusan investasi adalah kebijakan menanamkan modal pada aset yang diharapkan memberikan keuntungan di masa depan. Dalam hipotesis pasar efisien (Fama, 1969), semua informasi yang tersedia mempengaruhi harga saham dan investor bertindak secara rasional. Teori keuangan konvensional menyatakan bahwa investor di pasar bertindak rasional, namun dalam praktiknya, variabel perilaku dan faktor psikologis sering kali menghalangi pengambilan keputusan yang rasional oleh investor. Setiap individu tentunya memiliki banyak pertimbangan dalam membuat keputusan, baik dari sisi demografis maupun psikologis. Demikian pula dalam keputusan investasi, dengan beragam jenis investasi dan berbagai faktor yang mempengaruhinya, terdapat banyak hal yang menjadi pertimbangan bagi investor individu.

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan investasi antara lain perilaku herding, pengaruh media, interaksi sosial, dan rekomendasi advokat. Perilaku herding adalah kecenderungan investor untuk meniru tindakan investor lain. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa herding, media, rekomendasi advokat, dan interaksi sosial memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap sentimen investor. Di antara semua faktor tersebut, interaksi sosial memiliki pengaruh paling rendah terhadap sentimen investor.

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah faktor psikologis seperti perilaku herding, media, interaksi sosial, dan rekomendasi advokat mempengaruhi sentimen investor, serta apakah sentimen investor tersebut mempengaruhi keputusan investasi individu.

LANDASAN TEORI

1. Sentimen Investor

Sentimen investor mengacu pada kecenderungan investor untuk berspekulasi, yang dapat memengaruhi keputusan investasi mereka. Sentimen ini sering dikaitkan dengan aspek psikologis para investor. Penelitian lain menjelaskan bahwa sentimen merupakan ekspektasi investor terhadap suatu norma (Pratama et al., 2020). Faktor perilaku utama yang memengaruhi keputusan investasi termasuk perilaku menggiring, sentimen, terlalu percaya diri, reaksi berlebihan, dan reaksi kurang. Faktor-faktor ini memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap pengambilan keputusan investasi investor (Metawa et al., 2018).

2. Perilaku Herding

Herding adalah kondisi psikologis di mana investor mengabaikan keyakinan pribadi mereka dan mengikuti keyakinan orang lain tanpa mempertimbangkan secara mendalam (Devenow & Welch, 1996). Perilaku herding ini terjadi ketika analis atau investor saham membuat keputusan pemilihan saham tanpa melakukan analisis fundamental terlebih dahulu, yang dapat menyebabkan pasar menjadi tidak efisien (Rahayu et al., 2019). Faktor-faktor yang memicu perilaku herding antara lain adalah sentimen berita negatif terhadap saham yang dianalisis, insentif dan kekhawatiran terkait karir analis, risiko pasar, ketidakpastian di tingkat perusahaan, ketidakpastian agregat, ketidakpastian pasar, kondisi pasar yang ekstrem, periode arus informasi tinggi, risiko volatilitas tinggi, analis saham berkapitalisasi kecil, krisis ekonomi atau keuangan, kondisi pasar yang menurun, kenaikan suku bunga, depresiasi mata uang, lingkungan informasi yang buruk, dan rendahnya kualitas pengungkapan.

3. Media

Menurut Davis, media adalah sarana yang kuat untuk menyebarkan informasi di pasar keuangan dan mencerminkan konsensus opini pasar. Pollock dan Rindova menyatakan bahwa informasi yang disediakan oleh media menjadi dasar bagi opini pasar dan keputusan perdagangan, yang pada akhirnya memengaruhi perilaku investor (Strauß et al., 2018).

4. Interaksi Sosial

Interaksi sosial mencakup hubungan antara satu investor dengan investor lain, investor dengan broker, atau dengan pihak lain yang terlibat dalam transaksi bursa, yang dapat memengaruhi keputusan transaksi investor (Nofsinger, 2017).

5. Rekomendasi Analisis

Secara perilaku, sebagian investor mengambil keputusan berdasarkan faktor eksternal, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi dari luar, seperti interaksi sosial dan penasihat keuangan (Sari, 2013). Penelitian oleh Shiller dan Pound menunjukkan bahwa rekomendasi ahli dan komunikasi interpersonal memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku perdagangan investor (P.H & Uchil, 2020).

6. Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah kebijakan yang diambil oleh seseorang untuk menginvestasikan modal pada aset dengan harapan menghasilkan keuntungan di masa depan. Keputusan ini dibuat oleh investor individu maupun manajer investasi, termasuk keputusan untuk membeli, mempertahankan, atau menjual saham. Investor biasanya menggunakan analisis fundamental, analisis teknikal, dan penilaian dalam proses pengambilan keputusan investasi mereka (Adhikari, 2020).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengadopsi paradigma post-positivisme untuk menjelaskan pengaruh serta menguji hipotesis melalui observasi dan pengukuran data statistik (Emzir, 2008). Populasi penelitian meliputi masyarakat di wilayah karisidenan Surakarta, dengan teknik purposive sampling untuk menentukan sampel. Sampel terdiri dari masyarakat karisidenan Surakarta yang pernah melakukan investasi, dengan jumlah total 100 responden. Penelitian ini mengumpulkan data primer melalui angket yang diberikan langsung kepada responden yang memenuhi kriteria (Bolarinwa, 2017).

Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS. Dalam SEM dengan metode PLS, tiga aktivitas dilakukan secara bersamaan, yaitu: memeriksa validitas dan reliabilitas instrumen, menguji model hubungan antara variabel (analisis jalur), dan memperoleh model yang tepat untuk prediksi (model struktural dan analisis regresi). Sebuah pemodelan yang lengkap melibatkan model pengukuran (measurement model) dan model struktural atau kausal. Penelitian ini menggunakan pendekatan berbasis varians atau teknik PLS untuk memvalidasi model penelitian yang diajukan. SmartPLS juga mampu menguji model SEM dengan berbagai jenis skala, seperti skala rasio dan Likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pengumpulan data penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form mendapatkan sebanyak 108 responden yang sesuai dengan kriteria sampel. Adapun rincian dari perolehan data tersebut yaitu distribusi usia responden terbanyak pada usia 22 - 41 Tahun yaitu sebanyak 66 responden (61,11%) dan jumlah terkecil pada usia >42 tahun dengan sebanyak 5 responden atau 4,63%, kebanyakan dari mereka adalah responden perempuan dengan jumlah total adalah 62 responden atau sejumlah 57,40% sedangkan laki laki hanya sebanyak 46 orang atau 42,59%. Selanjutnya responden terbanyak

adalah mereka yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 70 responden atau 64,81% dengan terbanyak adalah yang berdomisi di Klaten sebanyak 36 responden atau 33,33%.

1. Outer Model

A. Uji Validitas

Dalam pengujian pada kuesioner dilihat melalui dua kategori yaitu uji *convergent validity* dan uji *discriminant validity*. Dengan bantuan Smart PLS maka ditemukan bahwa:

a. Uji Convergent Validity

Sebuah indikator dikatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai muatan luar (outer loading) > 0,7.

No	Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
1.	Perilaku Hearing	X1.1	0.942	Valid
		X1.2	0.948	Valid
		X1.3	0.955	Valid
		X1.4	0.950	Valid
		X1.5	0.946	Valid
2.	Media	X2.1	0.896	Valid
		X2.2	0.903	Valid
		X2.3	0.900	Valid
		X2.4	0.891	Valid
		X2.5	0.889	Valid
3.	Interaksi Sosial	X3.1	0.956	Valid
		X3.2	0.956	Valid
		X3.3	0.944	Valid
4.	Rekomendasi Analisis	X4.1	0.958	Valid
		X4.2	0.951	Valid
		X4.3	0.954	Valid
5.	Sentimen Investor	Z1	0.859	Valid
		Z2	0.890	Valid
		Z3	0.931	Valid
		Z4	0.911	Valid
		Z5	0.887	Valid
		Z6	0.869	Valid
6.	Keputusan Investasi	Y1	0.930	Valid
		Y2	0.931	Valid
		Y3	0.933	Valid
		Y4	0.941	Valid
		Y5	0.928	Valid
		Y6	0.904	Valid

Berdasarkan data tabel, setiap kategori yang diuji menunjukkan nilai outer loading di atas 0,7, yang dianggap valid. Namun, menurut Chin dalam (Ghozali & Latan, 2015), nilai outer loading masih dianggap sah jika berada dalam rentang 0,5 hingga 0,6. Dengan demikian, nilai yang tertera pada tabel validitas konvergen tersebut dapat dianggap valid dan dapat digunakan untuk analisis dan pengujian lebih lanjut.

b. Uji Determinant Validity

(Abdillah & Hartono, 2015) menyatakan bahwa nilai AVE dapat dikatakan memenuhi syarat bila nilai lebih dari 0.50.

No	Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
1	Interaksi Sosial	0.906	Valid
2	Keputusan Investasi	0.861	Valid
3	Media	0.802	Valid
4	Perilaku Hearing	0.899	Valid
5	Rekomendasi Analisis	0.911	Valid

Diperoleh nilai bahwa nilai AVE pada setiap variabel yang diujikan memiliki nilai yang lebih dari 0.50; seperti.; interaksi sosial senilai 0,906 variabel keputusan investasi senilai 0,861; variabel media senilai 0,802; variabel perilaku hearing senilai 0,899; variabel rekomendasi analisis senilai 0,911. sehingga dalam pengujian discriminant validity dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel bernilai valid dan sah.

B. Uji Reabilitas

No	Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Interaksi Sosial	0.967	0.948	Reliabel
2	Keputusan Investasi	0.974	0.968	Reliabel
3	Media	0.953	0.939	Reliabel
4	Perilaku Hearing	0.978	0.972	Reliabel
5	Rekomendasi Analisis	0.969	0.951	Reliabel

Melalui nilai pada tabel 4.8 ditemukan bahwa variabel indikator yang diujikan bernilai lebih dari 0.7 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel yang diujikan bernilai baik dan memuaskan. Hasil tersebut ditunjukkan dengan nilai seperti pada variabel interaksi sosial mendapatkan nilai sebesar 0,967 dan 0,948; variabel keputusan investasi senilai 0,974 dan 0,968; variabel media senilai 0,953 dan 0,939; variabel perilaku hearing senilai 0,978 dan 0,972; dan variabel rekomendasi analisis senilai 0,969 dan 0,951.

C. Uji Multikolinearitas

Pengukuran pada uji multikolinearitas dilakukan dengan memberlakukan nilai VIF <10 tolerance >0.01 (Ghozali & Latan, 2015).

No	Variabel	Keputusan Investasi	Sentimen Investor
1	Interaksi Sosial	1.289	1.203
2	Keputusan Investasi		
3	Media	1.097	1.069
4	Perilaku Hearing	1.387	1.273
5	Rekomendasi Analisis	1.346	1.291

Melalui nilai table di atas ditemukan bahwa hasil diujikan bernilai kurang dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai kolreasi yang dihasilkan dinyatakan baik dan tanpa ada indikasi terhadap gejala multikolineritas. Hal itu ditunjukkan dengan nilai variabel yang diujikan seperti variabel interaksi sosial terhadap keputusan investasi senilai 1,289; variabel media terhadap keputusan investasi senilai 1,097; variabel

perilaku hearing terhadap keputusan investasi senilai 1,387; variabel rekomendasi analisis terhadap keputusan investasi dan nilai 1,346; kemudian pada pengujian lainnya ditemukan juga nilai pada variabel interaksi sosial terhadap sentimen investor senilai 1,203; variabel media terhadap sentimen investor 1,069; variabel perilaku hearing terhadap sentimen investor senilai 1,273; variabel rekomendasi analisis terhadap sentimen investor senilai 1,291.

2. Inner Model

Inner model dirancang untuk mengetahui bentuk suatu model structural yang dibangun dan digunakan dalam forecasting hubungan kausalitas yang diujikan antar variabel laten. Pengujian dilakukan dengan analisis coefficient of determination (R²), analisis kelayakan model (goodness of fit), dan analisis f-square (F²). Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada analisis inner model sebagai berikut:

A. Uji Lebaikan (Goodness Of Fit)

a. Coefficient O Determination

No	Variabel	R Square	R Square Adjusted
1	Keputusan Investasi	0.357	0.326
2	Sentimen Investor	0.323	0.297

Ditemukan bahwa korelasi yang dihasilkan pada variabel perilaku hearing, media interaksi sosial dan rekomendasi analisis terhadap keputusan investasi adalah senilai 32,60%. Kemudian pengujian pada sentimen investor yang dipengaruhi atas variabel-variabel pengujian adalah senilai 29,70%. Pada sel ini dapat ditemukan bahwa variabel pengujian termasuk pada kategori lemah karena berada di range 0 - 0,49.

b. Q-Square (Q²)

Q ² (=1-SSE/SSO)	
Interaksi Sosial	
Keputusan Investasi	0.298
Media	
Perilaku Hearing	
Rekomendasi Analisis	
Sentimen Investor	0.241

Dengan ditemukannya hasil tersebut maka model penelitian yang didapat dinyatakan telah memberikan nilai *goodness of fit* yang baik. Sebab, temuan nilai didapatkan Q² > 0 sehingga mampu untuk dikatakan sebagai predictive relevance.

3. Uji Hipotesis

A. Direct Effect

No	Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
1	Interaksi Sosial -> Keputusan Investasi	-0.167	-0.155	0.105	1.592	0.057
2	Interaksi Sosial -> Sentimen Investor	0.241	0.249	0.084	2.882	0.002

3	Media -> Keputusan Investasi	0.018	0.001	0.112	0.158	0.437
4	Media -> Sentimen Investor Perilaku	-0.137	-0.151	0.077	1.776	0.039
5	Herding -> Keputusan Investasi Perilaku	0.378	0.389	0.097	3.909	0.000
6	Herding -> Sentimen Investor Rekomendasi Analisis ->	0.278	0.292	0.106	2.629	0.005
7	Keputusan Investasi Rekomendasi Analisis ->	0.107	0.091	0.113	0.950	0.172
8	Sentimen Investor Sentimen Investor ->	0.193	0.166	0.097	1.993	0.025
9	Keputusan Investasi	0.328	0.303	0.085	3.877	0.000

1. Perilaku Herding terhadap Keputusan Investasi

Penelitian menunjukkan bahwa perilaku herding memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi dengan nilai original sample sebesar 0,378. Nilai t-statistik sebesar 3,909 dan p-values 0,000 menunjukkan pengaruh signifikan, sehingga hipotesis H1 diterima. Temuan ini konsisten dengan penelitian oleh (Rahayu et al., 2019) dan (P.H & Uchil, 2020), yang menyatakan bahwa herding behavior mempengaruhi keputusan investasi.

2. Media terhadap Keputusan Investasi

Penelitian ini menemukan bahwa media memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi dengan nilai original sample sebesar 0,018, namun tidak signifikan berdasarkan nilai t-statistik 0,158 dan p-values 0,437, sehingga hipotesis H2 ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian (Maharani & Hidayah, 2021) yang menyatakan bahwa media tidak signifikan mempengaruhi keputusan investasi. Banyak investor mengandalkan analisis sendiri berdasarkan data historis dan proyeksi masa depan, bukan berita media. Media sosial sering menampilkan informasi serupa, membuat pencarian informasi unik dan kredibel lebih sulit (Maharani & Hidayah, 2021).

3. Interaksi Sosial terhadap Keputusan Investasi

Interaksi sosial memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan investasi dengan nilai original sample sebesar -0,167. Nilai t-statistik 1,592 dan p-values 0,057 menunjukkan pengaruh tidak signifikan, sehingga hipotesis H3 ditolak. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Asep & Djajanti, 2023) dan (Suci Sudani & Putri Pertiwi, 2022), yang menyatakan bahwa interaksi sosial seperti availability bias tidak signifikan mempengaruhi keputusan investasi.

4. Rekomendasi Analisis terhadap Keputusan Investasi

Rekomendasi analisis memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi dengan nilai original sample sebesar 0,107, namun tidak signifikan berdasarkan nilai t-statistik 0,950 dan p-values 0,172, sehingga hipotesis H4 ditolak. Temuan ini konsisten dilakukan (Ferennita et al., 2022) dan (Syauqiyah & Kurniawati, 2023), yang menyatakan bahwa rekomendasi analisis tidak signifikan mempengaruhi keputusan investasi. Di era digital, investor memiliki akses informasi yang sama dengan analis, mengurangi nilai tambah dari rekomendasi analisis.

5. Perilaku Herding terhadap Sentimen Investor

Penelitian menunjukkan bahwa perilaku herding memiliki pengaruh positif terhadap sentimen investor dengan nilai original sample sebesar 0,278. Nilai t-statistik 2,629 dan p-values 0,005 menunjukkan pengaruh signifikan, sehingga hipotesis H5 diterima. Temuan ini didukung oleh penelitian (Al Qamar Ze & Juanda, 2023) dan (Choi & Yoon, 2020), yang menyatakan bahwa herding behavior mempengaruhi sentimen investor. Herding behavior dapat menyebabkan efek kontagio, di mana perubahan sentimen di satu sektor pasar menyebar ke sektor lain (Małgorzata Iwanicz-Drozdowska et al., 2021).

6. Media terhadap Sentimen Investor

Media memiliki pengaruh negatif terhadap sentimen investor dengan nilai original sample sebesar -0,137, namun signifikan berdasarkan nilai t-statistik 1,776 dan p-values 0,039, sehingga hipotesis H6 diterima. Temuan ini didukung oleh penelitian (Al Qamar Ze & Juanda, 2023), yang menyatakan bahwa media signifikan mempengaruhi sentimen investor. Media sebagai sumber utama informasi dapat mempengaruhi persepsi investor tentang pasar dan investasi mereka, baik melalui berita maupun analisis pakar keuangan (Fama, 1969)

7. Interaksi Sosial terhadap Sentimen Investor

Interaksi sosial memiliki pengaruh positif terhadap sentimen investor dengan nilai original sample sebesar 0,241. Nilai t-statistik 2,882 dan p-values 0,002 menunjukkan pengaruh signifikan, sehingga hipotesis H7 diterima. Temuan ini didukung oleh penelitian (Al Qamar Ze & Juanda, 2023), yang menyatakan bahwa interaksi sosial signifikan mempengaruhi sentimen investor. Interaksi sosial dapat meningkatkan sentimen positif melalui konfirmasi sosial, edukasi, dan dukungan emosional mereka (Kamil & Tanno, 2022).

8. Rekomendasi Analisis terhadap Sentimen Investor

Rekomendasi analisis memiliki pengaruh positif terhadap sentimen investor dengan nilai original sample sebesar 0,193. Nilai t-statistik 1,993 dan p-values 0,025 menunjukkan pengaruh signifikan, sehingga hipotesis H8 diterima. Temuan ini didukung oleh (Al Qamar Ze & Juanda, 2023) dan (Christophorus et al., 2024) yang menyatakan bahwa rekomendasi analisis signifikan mempengaruhi sentimen investor. Investor sering bergantung pada rekomendasi analis untuk membuat keputusan investasi, terutama dari analis dengan rekam jejak baik dan reputasi kuat (Juniarti & Toly, 2022).

9. Sentimen Investor terhadap Keputusan Investasi

Sentimen investor memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi dengan nilai original sample sebesar 0,328. Nilai t-statistik 3,877 dan p-values 0,000 menunjukkan pengaruh signifikan, sehingga hipotesis H9 diterima. Temuan ini didukung oleh penelitian oleh (Khalisa et al., 2020) yang menyatakan bahwa sentimen investor signifikan mempengaruhi keputusan investasi. Sentimen investor mencerminkan pandangan umum tentang kondisi pasar, mempengaruhi kepercayaan investor untuk melakukan investasi. Sentimen positif mendorong pembelian saham, sementara sentimen negatif menyebabkan penjualan saham.

b. Indirect Effect

No	Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
1	Interaksi Sosial -> Sentimen Investor -> Keputusan Investasi	0.079	0.075	0.033	2.373	0.010
2	Media -> Sentimen Investor -> Keputusan Investasi	-0.045	-0.046	0.028	1.601	0.056
3	Perilaku Herding -> Sentimen Investor -> Keputusan Investasi	0.091	0.088	0.038	2.396	0.009
4	Rekomendasi Analisis -> Sentimen Investor -> Keputusan Investasi	0.063	0.051	0.034	1.861	0.033

Sentimen Investor sebagai Pemediasi dalam Pengaruh Perilaku Herding Terhadap Keputusan Investasi

Analisis hubungan antara perilaku herding dan keputusan investasi melalui sentimen investor menunjukkan nilai original sample sebesar 0,091, yang mengindikasikan bahwa perilaku herding memiliki dampak positif terhadap keputusan investasi melalui sentimen investor. Hasil t-statistik sebesar 2,396 dan p-value 0,009 menunjukkan pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis H10 diterima. Temuan ini sejalan dengan studi oleh (P.H & Uchil, 2020), dan (Al Qamar Ze & Juanda, 2023). Sentimen yang positif bisa mengarah pada gelembung harga, sementara sentimen negatif dapat menyebabkan penurunan tajam pada pasar.

Sentimen Investor sebagai Pemediasi dalam Pengaruh Media Terhadap Keputusan Investasi

Dalam hubungan antara media dan keputusan investasi melalui sentimen investor, nilai original sample sebesar 0,091 menunjukkan adanya pengaruh positif dari media terhadap keputusan investasi melalui sentimen investor. Namun, hasil t-statistik sebesar 2,396 dan p-value 0,009 menunjukkan bahwa media tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui sentimen investor, sehingga hipotesis H11 ditolak.

Sentimen Investor sebagai Pemediasi dalam Pengaruh Interaksi Sosial terhadap Keputusan Investasi

Hubungan antara interaksi sosial dan keputusan investasi melalui sentimen investor menunjukkan nilai original sample sebesar 0,079, mengindikasikan bahwa interaksi sosial mempengaruhi keputusan investasi secara positif melalui sentimen investor. Hasil t-statistik 2,373 dan p-value 0,010 menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan, sehingga hipotesis H12 diterima.

Sentimen Investor sebagai Pemediasi dalam Pengaruh Rekomendasi Analisis terhadap Keputusan Investasi

Dalam analisis hubungan antara rekomendasi analisis dan keputusan investasi melalui sentimen investor, nilai original sample sebesar 0,063 menunjukkan bahwa rekomendasi analisis memberikan dampak positif pada keputusan investasi melalui sentimen investor.

Hasil t-statistik 1,861 dan p-value 0,033 menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan, sehingga hipotesis H13 diterima. Penelitian oleh (Al Qamar Ze & Juanda, 2023; Christophorus et al., 2024) mengungkapkan bahwa rekomendasi analisis dapat mempengaruhi keputusan investasi secara signifikan melalui sentimen investor. Rekomendasi dari analis atau lembaga keuangan sering dianggap sebagai sumber yang kredibel, sehingga sentimen pasar sangat dipengaruhi oleh persepsi dan ekspektasi yang dibangun.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan empiris, hasil pengujian menunjukkan bahwa:

1. Perilaku herding (p-value = 0,000) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi (H1 diterima).
2. Media (p-value = 0,437) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi (H2 ditolak).
3. Interaksi sosial (p-value = 0,057) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi (H3 ditolak).
4. Rekomendasi analisa (p-value = 0,172) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi (H4 ditolak).
5. Perilaku herding (p-value = 0,005) memiliki pengaruh signifikan terhadap sentimen investor (H5 diterima).
6. Media (p-value = 0,039) memiliki pengaruh signifikan terhadap sentimen investor (H6 diterima).
7. Interaksi sosial (p-value = 0,002) memiliki pengaruh signifikan terhadap sentimen investor (H7 diterima).
8. Rekomendasi analisa (p-value = 0,025) memiliki pengaruh signifikan terhadap sentimen investor (H8 diterima).
9. Sentimen investor (p-value = 0,000) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi (H9 diterima).
10. Perilaku herding (p-value = 0,009) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui sentimen investor sebagai pemediasi (H10 diterima).
11. Media (p-value = 0,056) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui sentimen investor sebagai pemediasi (H11 ditolak).
12. Interaksi sosial (p-value = 0,010) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui sentimen investor sebagai pemediasi (H12 diterima).
13. Rekomendasi analisa (p-value = 0,033) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui sentimen investor sebagai pemediasi (H13 diterima).

Referensi :

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015).). *PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) Alternatif STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Ed.1). Andi.
- Al Qamar Ze, A., & Juanda, J. (2023). Pengaruh Herding Behavior, Media, Interaksi Sosial Dan Advocate Recommendation Terhadap Keputusan Investasi Dengan Sentimen Investor Sebagai Variabel Intervening. *International Journal of Science and Society*, 1(2), 1–9.
- Asep, A., & Djajanti, A. (2023). Determinan Perilaku Generasi Milenial Dalam Keputusan Investasi Berdasarkan Teori Prospek (2023). *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen Dan Akuntansi*, 34–44.
- Choi, K.-H., & Yoon, S.-M. (2020). Investor Sentiment and Herding Behavior in the Korean Stock Market. *International Journal of Financial Studies*, 8(34), 1–14. <https://money.kompas.com/read/2020/03/12/194300726/ini-3-faktor-penyebab-ihsg-terus-merosot-menurut-ojk>
- Christophorus, Saputra, B., & Koesrindartoto, D. P. (2024). *Pemanfaatan Analisis Sentimen dalam*

- Prediksi Harga Saham: Studi pada Investor Retail Indonesia*. 21(1), 1-17.
<http://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/JM>
- Emzir. (2008). *Metodologi penelitian pendidikan kuantitatif&kualitatif*. PT Rajagrafindopersada.
- Fama, E. F. (1969). Efficient capital markets: a review of the theory. *Journal of Finnance*, 25(2), 383-417.
- Ferennita, C., Hasan, H., & Astuti, E. B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Advocate Recommendation dan Overconfidence terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham Oleh Investor Muda di Kota Semarang (Studi Pada Investor Muda yang Terdaftar di Phintraco Sekuritas Cabang Semarang). *Journal of Accounting and Finance*, 1(1).
<https://doi.org/10.31942/jafin.v1i1.7009>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, -2/E*. badan penerbit UNDIP. <https://doi.org/16.01.610>
- Juniarti, & Toly, agus arianto. (2022). *Reputasi Pengeluaran Model dan Analisis Fundamental: Perspektif Investor*. rajagrafindopersada.
- Kamil, H. H., & Tanno, A. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Investor Berinvestasi, Latar Belakang Pendidikan dan Penghasilan Sebagai Variabel Kontrol. *Owner*, 6(2), 1622-1637.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.568>
- Khalisa, A., Karismasari, C. K., Ikhsan, H. H., Niken, & Saraswati. (2020). Pengaruh Behavioral Factors Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Finansial Individu. *Indonesian Business Review*, 3(1), 15-35. <https://doi.org/10.21632/ibr.3.1.15-35>
- Maharani, B., & Hidayah, N. (2021). Peran Media Sosial dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 275-286. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9926>
- MałgorzataIwanicz-Drozdowska, Kurowski, Ł., Rogowicz, K., & Smaga, P. (2021). TWO DECADES OF CONTAGION EFFECT ON STOCK MARKETS . AN INVESTMENT PERSPECTIVE HOW INVESTORS CAN BENEFIT FROM USING CONTAGION INFORMATION WHEN DEVELOPING TRADING STRATEGIES ? 55(August), 100907.
- P.H, H., & Uchil, R. (2020). Influence of investor sentiment and its antecedent on investment decision-making using partial least square technique. *Management Research Review*, 43(11), 1441-1459. <https://doi.org/10.1108/MRR-06-2019-0254>
- Rahayu, A. D., Putra, A., Oktaverina, C., & Ningtyas, R. A. (2019). ANALISIS FAKTOR FAKTOR DETERMINAN DAN PERILAKU HERDING DI PASAR SAHAM. *Journal IMAGE*, 8(2), 45-59.
- Suci Sudani, F., & Putri Pertiwi, I. F. (2022). Financial Information Analysis to Minimize Availability Bias, Representative Bias, Anchoring Bias and Adjustment Bias, and Overconfidence Bias in Ivestment Decision Making (Study on Investors at the Sharia Investment Gallery of UIN Raden Mas Said. *Social Science Studies*, 2(5), 446-460.
<https://doi.org/10.47153/sss25.3852022>
- Syauqiyah, S., & Kurniawati, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko, Dan PemahamanInvestasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Prosiding Capital Market Competition*, 226-243.