

**IMPLEMENTASI *PSYCHOLOGY FACTORS*, *RISK PERCEPTION*,
SOCIAL MEDIA SENTIMENT DAN *HERDING BEHAVIOR* TERHADAP
KEPUTUSAN INVESTASI
(Studi pada Investor Saham Mahasiswa Universitas Lampung)**

***IMPLEMENTATION PSYCHOLOGY FACTORS, RISK PERCEPTION,
SOCIAL MEDIA SENTIMENT AND HERDING BEHAVIOR AGAINST
INVESTMENT DECISIONS
(Study of Stock Investors in University Lampung Students)***

Oleh :

Rahmadia Utami Syafitri¹, Suripto²

^{1,2}, Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung

Email : rahmadia08utami@gmail.com

ABSTRACT

There are many things that underlie an investment decision such as the rational and irrational attitude of an investor. This study aims to find out the important role played by psychology factors, risk perception, social media sentiment, and herding behavior in influencing investment decisions in Lampung University student investors. The type of explanatory research with a research approach is quantitative. The method used in this study is a quantitative research method. The population in this study is all active students of the University of Lampung for the 2022/2023 period using a sampling technique, namely purposive sampling with a sample of 100 respondents. The data was obtained from the questionnaire using a likert scale. Data analysis of this study used multiple regression analysis. The results obtained from this study partially show that psychology factors, risk perception, social media sentiment, and herding behavior have a significant effect on investment decisions. The results of simultaneous testing of psychology factors, risk perception, social media sentiment, and herding behavior on investment decisions.

Keywords : *Psychology Factors, Risk Perception, Social Media Sentiment, Herding Behavior, Investment Decision*

ABSTRAK

Banyak hal yang mendasari sebuah keputusan investasi seperti sikap rasional dan irasionalnya seorang investor. Pada penelitian ini ditunjukkan dalam mengetahui peranan penting yang dimainkan *psychology factors*, *risk perception*, *social media sentiment*, dan *herding behavior* dalam mempengaruhi keputusan investasi pada investor mahasiswa Universitas Lampung. Jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan penelitian adalah kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Lampung periode 2022/2023 dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Kuisiонер skala likert digunakan guna mengumpulkan data-data. Adapun analisis regresi berganda dipakai guna menganalisis data-data tersebut. *Psychology factors*, *risk perception*, *social media sentiment*, dan *herding behavior* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi merupakan hasil yang didapat dari penelitian parsial. Kepada keputusan investasi, hasil pengujiannya secara simultan menunjukkan *psychology factors*, *risk perception*, *social media sentiment*, dan *herding behavior*.

Kata Kunci : *Psychology Factors, Risk Perception, Social Media Sentiment, Herding Behavior, Keputusan Investasi*

1. PENDAHULUAN

Kegiatan investasi menjadi salah satu bagian yang memegang peranan sebagai indikator dalam mengasumsikan kesehatan ekonomi suatu negara, melalui peranan penting yang dimiliki oleh kegiatan investasi tersebut maka diharapkan seorang investor dapat membuat keputusan investasi yang baik demi mendukung pertumbuhan ekonomi Negara Indonesia. Keputusan investasi adalah pilihan antara dua atau lebih dari pilihan investasi dengan harapan keuntungan di masa depan (Budiarto, 2017). Keputusan investasi dikatakan penting karena menyangkut pilihan investasi yang dibuat dan berhubungan dengan pemahaman dengan masa depan yang tidak pasti (Djabir & Mustafa, 2019). Seorang investor dapat dikatakan berhasil apabila keputusan investasi yang telah dilakukannya mendapatkan tingkat *return* yang telah diharapkan sebelumnya.

Dalam mempelajari perilaku seorang investor tentu saja berhubungan dengan teori perilaku keuangan (*behavioral finance theory*) dalam teori ini membahas bagaimana proses pengambilan keputusan individu didasarkan pada banyaknya faktor-faktor. *Psychology factors* merupakan salah satu dari banyak hal yang memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi. Sering kali investor bertindak secara rasional dan irasional yang disebabkan dengan faktor-faktor yang melekat dalam dirinya saat keputusan investasi berlangsung. Tindakan irasional yang ada pada investor yang disebabkan oleh faktor psikologis melibatkan perasaan, preferensi, karakteristik dan juga berbagai hal yang melekat pada diri yang menyebabkan investor sering mengambil keputusan yang tidak rasional (Budiarto, 2017).

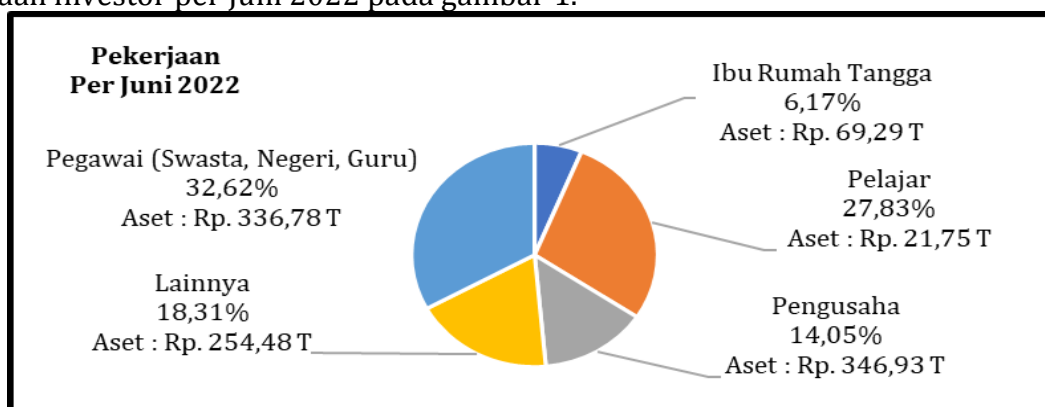
Faktor lain yang mempengaruhi keputusan investasi adalah ketika investor sering menghindari risiko investasi, maka persepsi seorang investor terhadap risiko atau *risk perception* juga akan mempengaruhi keputusan investasi (Badriatin, dkk., 2022). Investor mempertimbangkan risiko antara lain ketika membuat keputusan investasi dengan mengukur pengembalian yang dapat diperoleh dimana dengan pengembalian yang akan didapat tersebut akan memiliki potensi risiko pada setiap saat baik dengan jangka pendek atau panjang sehingga investor lebih berhati-hati dalam membuat keputusan.

Keputusan investasi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yang didasari dengan informasi dari luar yang diterima olehnya. Segala informasi yang diinginkan oleh investor kini dapat dengan mudah dicari melalui perkembangan teknologi yang ada melalui internet baik *search engine google*, forum saham, atau *social media* seperti *twitter*, *Instagram*, *facebook* atau bahkan *tik-tok* yang saat ini menjadi *social media* terpopuler dengan kemudahan yang diterima oleh investor ini membuktikan bahwa sentiment yang ada pada *social media* menjadi sumber informasi yang berharga bagi seorang investor (Rizkiana, 2021). Kemudahan yang ditawarkan dalam mengumpulkan informasi melalui *social media* menjadikan *social media* menjadi salah satu tolak ukur bagi investor dalam menentukan keputusan investasi.

Keputusan investasi juga didasari oleh faktor lain selain diri sendiri yaitu dari orang lain. Investor sering kali juga mengikuti perilaku investor lainnya karena informasi yang diterima dan mengabaikan fakta yang telah mereka miliki dengan mengadaptasi informasi investor lain untuk melakukan keputusan yang sama dimana keadaan ini mengubah perilaku investor yang sebelumnya telah berfikir secara rasional menjadi irasional karena meniru keputusan investor lain (Virigineni & Bhaskara Rao, 2017). *Herding behavior* merefleksikan perilaku yang irasional karena investor mengadopsi keputusan investor lain namun perilaku tersebut dapat menjadi perilaku yang rasional jika investor dapat mengoptimalkan keputusan investor lain dengan tetap menganalisis informasi yang ada dan tetap mengandalkan keputusan sendiri pada saat berinvestasi.

Investasi pasar modal dewasa ini menjadi semakin menarik bagi masyarakat dimana hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya investor Indonesia, seperti yang ditunjukkan oleh

data *Single Investor Identification* (SID) per Juli tahun 2022 meningkat sebanyak 9.318.746 atau 24,43% dimana data ini merupakan investor individu local pada pasar modal. Menurut PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) investor di bawah usia 40 tahun mendominasi pasar modal instrumen saham (IDX, 2019), sebagaimana yang tercermin dalam data pekerjaan investor per Juni 2022 pada gambar 1.



Sumber : Bursa Efek Indonesia 2022

Gambar 1. Presentase Pekerjaan Investor Tahun

Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia dalam gambar 2. yang menunjukkan bahwa per bulan Juni 2022 tercatat investor pelajar dengan presentase sebesar 27,83% dimana data ini menunjukkan bahwa pelajar yang termasuk didalamnya adalah Mahasiswa semakin melek investasi. Mahasiswa berinvestasi tidak hanya didukung oleh kemudahan transaksi yang diberikan oleh perusahaan sekuritas, tetapi juga oleh hal-hal lain dalam bentuk kolaborasi yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia, yang juga mewadahi investor melalui berbagai perguruan tinggi Indonesia dalam bentuk galeri investasi. Mahasiswa menjadi fokus utama yang menjadi sasaran program ini karena mahasiswa menjadi asset dimasa depan pada kegiatan investasi (Djabir & Mustafa, 2019). Galeri investasi itu sendiri diharapkan akan menjadi sarana yang baik untuk mensosialisasikan investasi kepada lingkungan akademik seputar investasi.

Melalui uraian masalah yang telah dijabarkan mengenai faktor yang memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi, maka didapatkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Psychology Factors* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi

H2 : *Risk Perception* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi

H3: *Social Media Sentiment* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi

H4: *Herding Behavior* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi

H5: *Psychology Factors, Herding Behavior, Social Media Sentiment* dan *Risk Perception* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi secara simultan.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang merumuskan masalah dengan melibatkan hubungan antar dua variabel atau lebih. Pemilihan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini karena tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel terikat atau variabel bebas (Sugiyono, 2019). 100 responden dalam penelitian ini didapatkan melalui rumus Slovin, dengan margin of error 10%. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui *purposive sampling*, adalah *non-probability sampling*. Diharapkan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini akan memberikan jawaban atas permasalahan penelitian.

3. HASIL DAN PENELITIAN

3.1. Karakteristik Responden

Presentase responden terdiri dari 56% responden perempuan dan 44% responden laki-laki. 78% dari jumlah responden adalah dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, serta 22% lainnya merupakan responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Administrasi Bisnis sebesar 57%, jurusan Akuntansi sebesar 16%, jurusan Ilmu Komunikasi sebesar 12%, jurusan Manajemen sebesar 7%, jurusan Ekonomi Pembangunan sebesar 4% dan Mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional sebesar 2%. Dapat disimpulkan bahwa dominasi mahasiswa Universitas Lampung merupakan investor pemula dan baru mengenal saham setelah bertatus sebagai mahasiswa karena mereka hanya memiliki pengalaman investasi yang masih terlalu dini yaitu antara 1 tahun sampai dengan 5 tahun bahkan kurang dari 1 tahun dengan kegiatan trading saham 1 kali/bulan.

3.2. Distribusi Jawaban Responden

3.2.1 *Psychology Factors*

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Variabel Psychology Factors

Item	<i>Psychology Factors</i>					
	STS	TS	R	S	SS	Total
X1.1	3	13	15	39	30	100
	3.00%	13.00%	15.00%	39.00%	30.00%	100.00%
X1.2	3	11	14	43	29	100
	3.00%	11.00%	14.00%	43.00%	29.00%	100.00%
X1.3	5	11	13	40	31	100
	5.00%	11.00%	13.00%	40.00%	31.00%	100.00%
X1.4	2	13	28	38	19	100
	2.00%	13.00%	28.00%	38.00%	19.00%	100.00%
X1.5	5	7	33	44	11	100
	5.00%	7.00%	33.00%	44.00%	11.00%	100.00%
X1.6	2	10	30	40	18	100
	2.00%	10.00%	30.00%	40.00%	18.00%	100.00%
X1.7	3	21	26	35	15	100
	3.00%	21.00%	26.00%	35.00%	15.00%	100.00%
X1.8	3	8	23	51	15	100
	3.00%	8.00%	23.00%	51.00%	15.00%	100.00%
X1.9	5	27	27	31	10	100
	5.00%	27.00%	27.00%	31.00%	10.00%	100.00%
X1.10	5	9	22	51	13	100
	5.00%	9.00%	22.00%	51.00%	13.00%	100.00%
Total	36	130	231	412	191	1000
	4%	13%	23%	41%	19%	100%
Presentase Positif/Negatif	16.60%		23.10%	60.30%		100%

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 1. Ditunjukkan bahwa 60,30% responden paling banyak menjawab positif yakni setuju dan sangat setuju dan selanjutnya 23,10% ragu, lalu 16,60% jawaban negative yakni tidak setuju dan sangat tidak setuju. Adapun 64,00% merupakan item dengan jawaban positif yakni setuju dan sangat setuju yang tertinggi berada pada item X1.8. Pernyataan pada item tersebut berbunyi "Saya sangat optimis bahwa return atas saham yang saya pilih itu relative tinggi".

3.2.2. Risk Perception

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Variabel Risk Perception

Item	Risk Perceptions					
	STS	TS	R	S	SS	Total
X2.1	5	18	19	36	22	100
	5.00%	18.00%	19.00%	36.00%	22.00%	100.00%
X2.2	5	17	17	34	27	100
	5.00%	17.00%	17.00%	34.00%	27.00%	100.00%
X2.3	9	8	7	36	40	100
	9.00%	8.00%	7.00%	36.00%	40.00%	100.00%
X2.4	3	18	17	35	27	100
	3.00%	18.00%	17.00%	35.00%	27.00%	100.00%
X2.5	5	13	20	34	28	100
	5.00%	13.00%	20.00%	34.00%	28.00%	100.00%
Total	27	74	80	175	144	500
	5%	15%	16%	35%	29%	100%
Presentase Positif/Negatif	20.20%		16.00%	63.80%		100%

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 2. Ditunjukkan bahwa 63,80% responden paling banyak menjawab positif yakni setuju dan sangat setuju dan selanjutnya 16,00% ragu, lalu 20,20% jawaban negative yakni tidak setuju dan sangat tidak setuju. Adapun 76,00% merupakan item dengan jawaban positif yakni setuju dan sangat setuju yang tertinggi berada pada item X.2.3. Pernyataan pada item tersebut berbunyi “Saya mempelajari terlebih dahulu risiko apa saja yang akan saya terima sebelum menentukan pilihan investasi saham.”

3.2.3. Social Media Sentiment

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Variabel Social Media Sentiment

Item	Social Media Sentiment					
	STS	TS	R	S	SS	Total
X3.1	7	21	15	38	19	100
	7.00%	21.00%	15.00%	38.00%	19.00%	100.00%
X3.2	9	21	33	28	9	100
	9.00%	21.00%	33.00%	28.00%	9.00%	100.00%
X3.3	6	12	7	31	44	100
	6.00%	12.00%	7.00%	31.00%	44.00%	100.00%
X3.4	3	20	40	27	10	100
	3.00%	20.00%	40.00%	27.00%	10.00%	100.00%
X3.5	6	12	23	43	16	100
	6.00%	12.00%	23.00%	43.00%	16.00%	100.00%
X3.6	7	12	18	40	23	100
	7.00%	12.00%	18.00%	40.00%	23.00%	100.00%
Total	38	98	136	207	121	600
	6%	16%	23%	35%	20%	100%
Presentase Positif/Negatif	22.67%		22.67%	54.67%		100%

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3. Ditunjukkan bahwa 54,67% responden paling banyak menjawab positif yakni setuju dan sangat setuju dan selanjutnya 22,67% ragu, lalu 22,67% jawaban negative yakni tidak setuju dan sangat tidak setuju. Diketahui bahwa item tertinggi dengan jawaban positif (sangat setuju dan setuju) sebesar 75,00% terletak pada item X.3.3 dengan pernyataan “Media informasi penting dalam keputusan investasi saham yang akan saya lakukan”.

3.2.4. Herding Behavior

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Variabel Herding Behavior

Item	Herding Behavior					Total
	STS	TS	R	S	SS	
X4.1	10	25	27	28	10	100
	10.00%	25.00%	27.00%	28.00%	10.00%	100.00%
X4.2	11	20	27	34	8	100
	11.00%	20.00%	27.00%	34.00%	8.00%	100.00%
X4.3	10	14	35	32	9	100
	10.00%	14.00%	35.00%	32.00%	9.00%	100.00%
X4.4	6	9	21	44	20	100
	6.00%	9.00%	21.00%	44.00%	20.00%	100.00%
X4.5	3	11	22	47	17	100
	3.00%	11.00%	22.00%	47.00%	17.00%	100.00%
Total	40	79	132	185	64	500
	8%	16%	26%	37%	13%	100%
Presentase Positif/Negatif	23.80%		26.40%	49.80%		100%

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4. Ditunjukkan bahwa 49,80% responden paling banyak menjawab positif yakni setuju dan sangat setuju dan selanjutnya 26,40% ragu, lalu 23,80% jawaban negative yakni tidak setuju dan sangat tidak setuju. Diketahui bahwa item tertinggi dengan jawaban positif (sangat setuju dan tidak setuju) sebesar 64,00% terletak pada item X.4.4 dengan pernyataan “Saya akan membeli saham ketika volume perdagangannya lebih tinggi daripada biasanya” dan pada item X4.5 dengan pernyataan “Saya cenderung lebih suka memilih saham yang dari awal perdagangannya mempunyai jumlah pemesanan yang banyak”.

3.2.5. Keputusan Investasi

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Variabel Keputusan Investasi

Item	Keputusan Investasi					Total
	STS	TS	R	S	SS	
X5.1	6	8	4	33	49	100
	6.00%	8.00%	4.00%	33.00%	49.00%	100.00%
X5.2	7	7	10	41	35	100
	7.00%	7.00%	10.00%	41.00%	35.00%	100.00%
X5.3	6	7	3	45	39	100
	6.00%	7.00%	3.00%	45.00%	39.00%	100.00%
X5.4	7	8	11	37	37	100
	7.00%	8.00%	11.00%	37.00%	37.00%	100.00%

X.5	5	15	13	41	26	100
	5.00%	15.00%	13.00%	41.00%	26.00%	100.00%
X5.6	3	12	24	36	25	100
	3.00%	12.00%	24.00%	36.00%	25.00%	100.00%
X5.7	9	4	13	39	35	100
	9.00%	4.00%	13.00%	39.00%	35.00%	100.00%
X5.8	6	7	21	39	27	100
	6.00%	7.00%	21.00%	39.00%	27.00%	100.00%
Total	49	68	99	311	273	800
	6%	9%	12%	39%	34%	100%
Presentase Positif/Negatif		14.63%	12.38%	73.00%		100%

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasar tabel 5. Ditunjukkan bahwa 73,00% responden paling banyak menjawab positif yakni setuju dan sangat setuju dan selanjutnya 12,38% ragu, lalu 14,63% jawaban negative yakni tidak setuju dan sangat tidak setuju. Adapun 84,00% merupakan item dengan jawaban positif yakni setuju dan sangat setuju yang tertinggi berada pada item X.5.3. Pernyataan pada item tersebut berbunyi “Saya mengutamakan mendapat keuntungan dari investasi saham yang saya pilih”.

3.3. Teknik Pengujian Instrumen

3.3.1. Uji Validitas

Sebanyak 30 responden melakukan pretest pada penelitian ini, dengan nilai Tabel R sebesar 0,349 dengan tingkat signifikan 5% dan 0,463 dengan tingkat signifikan 1%. Suatu instrumen dikatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ table}$.

3.3.2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji reliabilitas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sudah melebihi standar yaitu $<0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini memiliki konsistensi.

3.4. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-1.150	2.111
	Psychology Factors	.428	.097
	Risk Perception	.688	.135
	Social Media Sentiment	.551	.142
	Herding Behavior	-.445	.128

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasar tabel 6. Ditunjukkan bahwa -1,150 merupakan nilai konstanta, 0,428 merupakan nilai X1 (*psychology factors*), 0,688 merupakan nilai X2 (*risk perception*), 0,551 merupakan nilai X3 (*social media sentiment*), dan -0,445 nilai X4 (*herding behavior*). Kelima nilai tersebut merupakan hasil perhitungan regresi linear berganda.

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \varepsilon$$

$$Y = -1.150 + 0,428 X_1 + 0,688 X_2 + 0,551 X_3 - 0,445 X_4 + \varepsilon$$

1. Persamaan regresi dalam penelitian ini memiliki konstanta sebesar -1,150 yang berarti bahwa jika variabel *psychology factors* (X1) *risk perception* (X2), *social media sentiment* (X3) dan *herding behavior* (X4) memiliki nilai tetap 0 atau bahkan tidak ada, maka didapatkan -1,150 adalah nilai variabel keputusan investasi (Y).
2. Nilai 0,428 menjadi Koefisien Regresi linear berganda variabel *psychology factors* (X1). Hal ini berarti setiap kenaikan 1 variabel *psychology factors* (X1), keputusan investasi akan mengalami kenaikan senilai 0,428. Koefisien dengan nilai yang (+) bermakna berpengaruh positif antara *psychology factors* (X1) dan variabel Keputusan Investasi (Y).
3. Nilai 0,688 menjadi Koefisien Regresi linear berganda variabel *risk perception* (X2). Hal ini berarti setiap kenaikan 1 variabel *risk perception* (X2), keputusan investasi akan mengalami kenaikan senilai 0,688. Koefisien dengan nilai yang (+) bermakna berpengaruh positif antara *risk perception* (X2) dan variabel Keputusan Investasi (Y).
4. Nilai 0,551 menjadi Koefisien Regresi linear berganda variabel *social media sentiment* (X3). Hal ini berarti setiap kenaikan 1 variabel *social media sentiment* (X3), keputusan investasi akan mengalami kenaikan senilai 0,551. Koefisien dengan nilai yang (+) bermakna berpengaruh positif antara *social media sentiment* (X3) dan variabel Keputusan Investasi (Y).
5. Nilai -0,445 menjadi Koefisien Regresi linear berganda variabel *herding behavior* (X4). Hal ini berarti setiap kenaikan 1 variabel *herding behavior* (X4), keputusan investasi akan mengalami penurunan senilai -0,445. Koefisien dengan nilai yang (-) bermakna berpengaruh negatif antara *social herding behavior* (X4) dan variabel Keputusan Investasi (Y).

3.5. Uji Hipotesis

3.5.1. Uji t

Tabel 1.7. Hasil Uji t

<i>Coefficients^a</i>				
<i>Model</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>		-.545	.587
	<i>Psychology Factors</i>	.361	4.405	.000
	<i>Risk Perception</i>	.403	5.102	.000
	<i>Social Media Sentiment</i>	.648	4.431	.000
	<i>Herding Behavior</i>	-.484	-3.475	.001
<i>a. Dependent Variable: Keputusan Investasi</i>				

Sumber : Data diolah (2023)

1. Hasil Pengujian Pengaruh X1 Terhadap Y

Nilai t-hitung dan t-tabel berturut-turut sama dengan 4,405 dan 1,985 merupakan hasil daripada perhitungan uji t terhadap variabel *psychology factors* (X1). Hal ini mengartikan bahwa t-hitung > t-tabel dan bermakna H_a diterima dan H_o ditolak. Pada tabel ditunjukkan juga nilai signifikan variabel *psychology factors* (X1) sama dengan 0,000 atau bernilai < 0,005. Secara parsial, hal demikian memberikan bukti bahwa variabel *psychology factors* (X1) berpengaruh kepada keputusan investasi.

2. Hasil Pengujian Pengaruh X2 Terhadap Y

Nilai t-hitung dan t-tabel berturut-turut sama dengan 5,102 dan 1,985 merupakan hasil daripada perhitungan uji t terhadap variabel *risk perception* (X2). Hal ini mengartikan bahwa t-hitung > t-tabel dan bermakna H_a diterima dan H_o ditolak. Pada tabel ditunjukkan juga nilai signifikan variabel *risk perception* (X2) sama dengan 0,000 atau bernilai < 0,005. Secara

parsial, hal demikian memberikan bukti bahwa variabel *risk perception* (X2) berpengaruh kepada keputusan investasi.

3. Hasil Pengujian Pengaruh X3 Terhadap Y

Nilai t-hitung dan t-tabel berturut-turut sama dengan 4,431 dan 1,985 merupakan hasil daripada perhitungan uji t terhadap variabel *social media sentiment* (X3). Hal ini mengartikan bahwa t-hitung > t-tabel dan bermakna H_a diterima dan H_o ditolak. Pada tabel ditunjukkan juga nilai signifikan variabel *social media sentiment* (X3) sama dengan 0,000 atau bernilai < 0,005. Secara parsial, hal demikian memberikan bukti bahwa variabel *social media sentiment* (X3) berpengaruh kepada keputusan investasi.

4. Hasil Pengujian Pengaruh X4 Terhadap Y

Nilai t-hitung dan t-tabel berturut-turut sama dengan -3,475 dan 1,985 merupakan hasil daripada perhitungan uji t terhadap variabel *herding behavior* (X4). Hal ini mengartikan bahwa t-hitung < t-tabel dan bermakna H_a ditolak dan H_o diterima. Pada tabel ditunjukkan juga nilai signifikan variabel *herding behavior* (X4) sama dengan 0,001 atau bernilai < 0,005. Secara parsial, hal demikian memberikan bukti bahwa variabel *herding behavior* (X4) berpengaruh kepada keputusan investasi.

3.5.2. Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5157.571	4	1289.393	84.792	.000 ^b
	Residual	1444.619	95	15.207		
	Total	6602.190	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Investasi						
b. Predictors: (Constant), Herding Behavior, Risk Perception, Psychology Factors, Social Media Sentiment						

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 8. Nilai f-hitung dan f-tabel dari hasil uji F (simultan) berturut-turut sama dengan 84,792 dan 2,47. Hal ini mengartikan bahwa f-hitung > f-tabel dan bermakna H_a diterima dan H_o ditolak. Pada tabel ditunjukkan juga nilai signifikansi sama dengan 0,000 atau bernilai < 0,005. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *psychology factors*, *risk perception*, *social media sentiment*, dan *herding behavior* secara simultan terhadap keputusan investasi.

3.5.3. Uji R²

Tabel 4. 6. Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.781	.772	3.900
a. Predictors: (Constant), Herding Behavior, Risk Perception, Psychology Factors, Social Media Sentiment				

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasar tabel 1.9. nilai 0,781 menjadi nilai koefisien determinasi (R²) yang ditunjuk pada R-square. Hal demikian menunjukkan besarnya pengaruh variabel independent yang terdiri dari *psychology factors*, *risk perception*, *social media sentiment*, dan *herding behavior* sebesar 0,781 atau 78,1%.

4. PEMBAHASAN

4.1. Pengaruh Psychology Factors Terhadap Keputusan Investasi

Ketika seorang individu memutuskan sesuatu, individu dipengaruhi oleh faktor psikologis yang berhubungan dengan proses pilihan, seperti motivasi, persepsi,

pembelajaran, kepercayaan, dan sikap. (Novrianda, 2020). Diketahui bahwa faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi dengan nilai positif berdasarkan temuan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk memastikan pengaruhnya perihal keputusan investasi. Hal demikian bermakna bahwa kehadiran elemen psikologis yang bervariasi akan mempengaruhi investor saham di Universitas Lampung untuk melakukan investasi yang lebih terinformasi.

Nilai t-hitung dan t-tabel berturut-turut sama dengan 4,405 dan 1,985 merupakan hasil daripada perhitungan uji t terhadap variabel *psychology factors* (X1). Ditunjukkan juga nilai signifikansi variabel *psychology factors* (X1) sama dengan 0,000 atau bernilai $< 0,005$. Secara parsial, hal demikian memberikan bukti bahwa variabel *psychology factors* (X1) berpengaruh kepada keputusan investasi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H1 diterima.

Hasil dari penelitian demikian sesuai *behavioral finance theory* yang dinyatakan perihal individu dalam menentukan keputusan investasi tidak hanya didukung oleh konsep *risk* dan *return*. Namun, dilibatkannya juga aspek psikologis yang melekat dalam diri investor yang menyebabkan penyimpangan sikap dari arah rasional menjadi irasional. Menurut (Claudia, 2019) emosi dapat menjadi faktor yang terpenting karena dengan kemampuan memahami dan mengontrol emosi diri pada keinginan dalam berinvestasi di instrument investasi yang berisiko akan menjadi rasional.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan yang dilakukan oleh (Wibowo, 2019) yang menunjukkan bahwa *psychology factors* memiliki hasil positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi. Selain itu penelitian ini juga setuju dengan penelitian lain yakni memiliki hasil serupa bahwa faktor psikologis mempengaruhi keputusan investasi seseorang dengan konsekuensi positif dan signifikan (Fathin & Hersugondo, 2022).

4.2. Pengaruh Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi

Berdasar hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *risk perception* terhadap keputusan investasi diketahui bahwa hasil *risk perception* berpengaruh secara signifikan dengan nilai positif terhadap keputusan investasi. Akannya peningkatan keputusan investasi terhadap investor saham mahasiswa Universitas Lampung merupakan bukti adanya variabel *risk perception*.

Nilai t-hitung dan t-tabel berturut-turut sama dengan 5,102 dan 1,985 merupakan hasil daripada perhitungan uji t terhadap variabel *risk perception* (X2). Ditunjukkan juga nilai signifikansi variabel *risk perception* (X2) sama dengan 0,000 atau bernilai $< 0,005$. Secara parsial, hal demikian memberikan bukti bahwa variabel *risk perception* (X2) berpengaruh kepada keputusan investasi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H2 diterima.

Hasil penelitian tersebut didukung dengan penelitian dengan hasil bahwa *risk perception* dalam keputusan investasi menyatakan semakin besar *risk perception* semakin positif juga nilai yang didapatkan (Yolanda, 2020). Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil temuan bahwa *risk perception* memiliki nilai positif dan signifikan terhadap keputusan investor sebelum menentukan keputusan investasi (Ardiana, dkk., 2020).

4.3. Pengaruh Social Media Sentiment Terhadap Keputusan Investasi

Berdasar hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Sentiment* terhadap keputusan investasi diketahui bahwa hasil *Social Media Sentiment* berpengaruh secara signifikan dengan nilai positif terhadap keputusan investasi. Akannya peningkatan keputusan investasi terhadap investor saham mahasiswa Universitas Lampung merupakan bukti adanya variabel *Social Media Sentiment*.

Nilai t-hitung dan t-tabel berturut-turut sama dengan 4,431 dan 1,985 merupakan hasil daripada perhitungan uji t terhadap variabel *social media sentiment* (X3). Ditunjukkan juga nilai signifikansi variabel *social media sentiment* (X3) sama dengan 0,000 atau bernilai $< 0,005$. Secara parsial, hal demikian memberikan bukti bahwa variabel *social media sentiment* (X3) berpengaruh kepada keputusan investasi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H3 diterima.

Berdasar dengan temuan mengenai pengaruh sentimen media sosial terhadap pilihan investasi, pengambilan keputusan investasi dipengaruhi oleh pertumbuhan sentimen media sosial (Kavitha & R., 2019). Hasil penelitian ini juga dengan hasil temuan yang memiliki hasil positif dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi (Khatik, 2021).

4.4. Pengaruh Herding Behavior Terhadap Keputusan Investasi

Berdasar hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Herding Behavior* terhadap keputusan investasi diketahui bahwa hasil *Herding Behavior* berpengaruh secara signifikan dengan nilai positif terhadap keputusan investasi. Akannya peningkatan keputusan investasi terhadap investor saham mahasiswa Universitas Lampung merupakan bukti adanya variabel *Herding Behavior*.

Nilai t-hitung dan t-tabel berturut-turut sama dengan -3,475 dan 1,985 merupakan hasil daripada perhitungan uji t terhadap variabel *herding behavior* (X4). Ditunjukkan juga nilai signifikansi variabel *herding behavior* (X4) sama dengan 0,001 atau bernilai $< 0,005$. Secara parsial, hal demikian memberikan bukti bahwa variabel *herding behavior* (X4) berpengaruh kepada keputusan investasi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H4 ditolak.

Berdasarkan dengan temuan oleh Humra (dalam Yuyun, 2021) yang menyatakan bahwa investor yang terinformasi secara rasional biasanya akan mengabaikan arus massa dan cenderung mengambil keputusan atas dasar informasi yang dimilikinya sendiri. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *herding behavior* bernilai negatif terhadap keputusan investasi disebabkan karena dominasi investor dalam penelitian adalah investor pemula yang terinformasi secara rasional dan investor pemula cenderung menuruti pikiran dan pertimbangan yang logis mengenai risiko. Dengan pertimbangan tersebut pada akhirnya membuat investor khususnya investor pemula mengabaikan informasi investor lain dan cenderung mengambil keputusan atas dasar informasi yang dimiliki sendiri daripada mengikuti keputusan investor lain.

4.5. Pengaruh Psychology Factors, Risk Perception, Social Media Sentiment, dan Herding Behavior Terhadap Keputusan Investasi

Berdasar dengan hipotesis uji F didapatkan bahwa *Psychology Factors*, *Risk Perception*, *Social Media Sentiment*, dan *Herding Behavior* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan investasi yang berarti bahwa ketika psikologis faktor yang ada pada diri investor itu meningkat maka seorang investor akan lebih peka terhadap persepsi terhadap suatu risiko yang akan diterima olehnya ketika berinvestasi maka dari itu informasi yang mereka terima pada *social media* akan mereka jadikan sebagai bahan pertimbangan dengan baik sehingga peningkatan kepercayaan diri oleh investor sebagai faktor psikologis akan membuat mereka tidak akan mengikuti investor lain dan lebih mempercayai kemampuan yang ada pada diri mereka sendiri dalam proses menentukan keputusan investasi.

Nilai f-hitung dan f-tabel dari hasil uji F (simultan) berturut-turut sama dengan 84,792 dan 2,47. Hal ini mengartikan bahwa f-hitung $>$ f-tabel dan bermakna H_a diterima dan H_o ditolak. Pada tabel ditunjukkan juga nilai signifikansi sama dengan 0,000 atau bernilai $< 0,005$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *psychology factors*, *risk*

perception, social media sentiment, dan herding behavior secara simultan terhadap keputusan investasi. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa H5 diterima

Hal ini dapat dikaitkan dengan penelitian yang menyatakan bahwa perilaku seorang investor tentu saja berhubungan dengan teori perilaku keuangan (*behavioral finance theory*) dalam teori ini membahas bagaimana proses pengambilan keputusan individu didasarkan pada banyaknya faktor-faktor. Teori perilaku keuangan ini merupakan bidang dalam ilmu keuangan yang merupakan penggabungan antar bidang ilmu sosiologi, psikologi dan juga ekonomi sehingga mempelajari bagaimana individu dalam memutuskan sebuah pilihan. Adapun hubungan antara variabel keputusan investasi dengan variabel independen *psychology factors, risk perception, social media sentiment, dan herding behavior* termasuk kedalam kategori yang “sangat kuat” dengan angka R sebesar 0,884^a. Hal tersebut terdukung dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan *R-square* sebesar 0,781 atau 78,1%.

5. KESIMPULAN

Variabel *Psychology Factors* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y), artinya bahwa *psychology factors* mampu mempengaruhi keputusan investasi dan dapat mengurangi risiko kerugian pada saat berinvestasi pada investor mahasiswa Universitas Lampung. Respon positif paling tinggi diberikan responden terhadap sikap optimis seorang investor, dimana aspek ini menunjukkan bahwa investor sangat optimis terhadap *return* yang dipilih olehnya relatif tinggi.

Variabel *Risk Perception* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y), artinya bahwa *risk perception* mampu mempengaruhi keputusan investasi dan dapat mengurangi risiko kerugian pada saat berinvestasi pada investor mahasiswa Universitas Lampung. Respon paling positif tinggi diberikan responden terhadap persepsi risiko dalam memandang kerugian, dimana aspek ini menunjukkan bahwa investor sangat berhati-hati dan cenderung memperhatikan risiko pada saat melakukan keputusan investasi sehingga investor cenderung mempelajari terlebih dahulu mengenai potensi risiko yang akan diterima sebelum berinvestasi.

Variabel *Social Media Sentiment* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y), artinya bahwa *social media sentiment* mampu mempengaruhi keputusan investasi dan dapat mengurangi risiko kerugian pada saat berinvestasi pada investor mahasiswa Universitas Lampung. Respon paling positif tinggi diberikan responden pada aspek forum diskusi pada *social media*, dimana aspek ini menunjukkan bahwa investor memperhatikan informasi yang ada pada *social media* dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Variabel *Herding Behavior* (X4) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y), artinya bahwa *herding behavior* mampu mempengaruhi keputusan investasi pada investor mahasiswa Universitas Lampung. Respon paling positif tinggi diberikan responden pada aspek reaksi investor lain dimana dalam proses pengambilan keputusan investasi, investor sering kali membeli saham ketika volume perdagangannya lebih tinggi dan pada awal perdagangannya memiliki jumlah pemesanan yang banyak.

Secara simultan *psychology factors, risk perception, social media sentiment, dan herding behavior* terhadap keputusan investasi pada mahasiswa Universitas Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana, T. E., Sugianto, L. O., & Chamidah, S. (2020). The Influence of Minimum Investment Capital, Risk Perception on Student Investment in Indonesia Capital Market. *International Journal of Economics*, 4(3), 313-323.
- Budiarto, A. (2017). Pengaruh Financial Literacy, Overconfidence, Regret Aversion Bias, Dan risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Investor PT. Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi BEI Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(2), 1-9.
- Claudia, C., & MN, N. (2019). Emotional Intelligence, Risk Aversion, External Locus of Control, Financial Literacy Serta Demografi Sebagai Prediktor Risky Investment Intention. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 153-163. doi:<https://doi.org/10.24912/jmk.v1i2.5074>
- Djabir, M., & Mustafa, M. (2019). Kajian Atas Keputusan Mahasiswa untuk Berinvestasi Saham di Bursa Efek Indonesia Melalui Galeri Investasi di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 4(2), 297-308. doi:<https://doi.org/10.37531/mirai.v4i2.219>
- Fathin, N. A., & Hersugondo, H. (2022). The Role of Psychological and Social Factors on Retail Investor Investment Decisions in the Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 13(2), 236-252.
- Kavitha, S., & R., B. (2019). A Study on Factors Involving the Usage of Social Media on Investment Decision Making with Reference to Investors of Selected Stock Broking Houses in Coimbatore. *Indian Journal of Economics and Development*, 7(1), 1-7.
- Khatik, P. D. (2021). Inferring The Role Of Social Media On Gen Z's Investments. *Journal of Content, Community & Communication*, 14(7), 309-317. doi:10.31620/JCCC.12.21/26
- Novrianda, H. d. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investor Untuk Bertransaksi Di Bei. *E-Journal Unib*, 1-14.
- Pradikasari, E. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance, dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 424-434.
- Ramashar, W., Sandri, S. H., & Hidayat, R. (2022). Faktor Psikologi dan Keputusan Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *JURNAL Riset AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 10(1), 93-102. doi:<https://doi.org/10.17509/jrak.v10i1.36709>
- Rizkiana, A. (2021). Can Investor Sentiment In Social Media Be Used To Make Investment Decision In Stock Market ? *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 25(1).
- Sadalia, I., & Butar-Butar, N. A. (2016). *Perilaku Keuangan : Teori dan Implementasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (9 ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Virigineni, M., & Bhaskara Rao, M. (2017). International Journal of Economics and Financial Issues Contemporary Developments in Behavioral Finance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 448-459.
- Wibowo, B. (2019). Mood Investor, Cuaca, dan Pergerakan Return Pasar Saham. *JURNAL Riset AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 7(3), 503-512. doi:<https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.17813>.
- Yolanda, Y. T. (2020). Pengaruh Financial Literacy dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Kota Padang. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 3(1), 144-154. doi:<http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8533>.