



## ***Risk Perception sebagai Variabel Mediasi: Overconfidence Bias dan Availability Bias terhadap Keputusan Investasi***

**Hanny Novita Khairunnisa<sup>1\*</sup>, Tiar Lina Situngkir<sup>2</sup>, Arif Fadilla<sup>3</sup>**

<sup>1-3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

Email: [hanny.nkhairunnisa@gmail.com](mailto:hanny.nkhairunnisa@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [tiarlina.situngkir@fe.unsika.ac.id](mailto:tiarlina.situngkir@fe.unsika.ac.id)<sup>2</sup>, [ariffadila@fe.unsika.ac.id](mailto:ariffadila@fe.unsika.ac.id)<sup>3</sup>

\*Penulis Korespondensi: [hanny.nkhairunnisa@gmail.com](mailto:hanny.nkhairunnisa@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to examine the extent to which overconfidence bias and availability bias influence investment decisions, with risk perception serving as an intervening variable, particularly among retail investors in the Greater Jakarta area. A quantitative approach using SEM-PLS analysis was selected as the methodological framework for this study. The findings reveal that both behavioral biases—namely, overconfidence bias and availability bias—have a proven influence on investors' risk perception. However, there is a significant difference in terms of direct influence on investment decisions: overconfidence bias does not show a significant direct impact, while availability bias and risk perception are proven to significantly influence investment decision-making. This study also confirms the mediating role of risk perception in two distinct patterns. In relation to overconfidence bias, risk perception acts as a full mediator, meaning that the effect of overconfidence bias on investment decisions can only be mediated through risk perception. Meanwhile, in relation to availability bias, risk perception functions only as a partial mediator, meaning that availability bias still has a direct influence on investment decisions outside the mediation pathway. Overall, the results of this study reinforce the idea that risk perception plays a crucial role in shaping and determining the direction of investment decisions.*

**Keyword:** *Availability Bias; Investment Decision; Overconfidence Bias; Retail Investor; Risk Perception.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana *Overconfidence bias* dan *availability bias* berdampak pada keputusan investasi, dengan menempatkan *risk perception* sebagai variabel intervening, khususnya di kalangan investor ritel yang berada di kawasan Jabodetabek. Pendekatan kuantitatif dengan metode analisis SEM-PLS dipilih sebagai kerangka metodologis dalam studi ini. Temuan yang diperoleh mengungkapkan bahwa kedua bias perilaku tersebut, yakni *Overconfidence bias* maupun *availability bias*, terbukti memberikan pengaruh terhadap *risk perception* investor. Akan tetapi, terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal pengaruh langsung terhadap keputusan investasi: *Overconfidence bias* tidak menunjukkan dampak langsung yang berarti, sementara *availability bias* dan *risk perception* justru terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Studi ini juga mengonfirmasi peran mediasi *risk perception* dalam dua pola yang berbeda. Dalam hubungannya dengan *Overconfidence bias*, *risk perception* bertindak sebagai mediator penuh, artinya pengaruh *Overconfidence bias* terhadap keputusan investasi hanya dapat tersalurkan melalui persepsi risiko. Adapun dalam hubungannya dengan *availability bias*, *risk perception* hanya berfungsi sebagai mediator parsial, yang berarti *availability bias* masih memiliki jalur pengaruh langsung terhadap keputusan investasi di luar jalur mediasi. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat gagasan bahwa persepsi risiko memegang peranan yang krusial dalam membentuk dan menentukan arah keputusan investasi.

**Kata Kunci:** *Availability Bias; Investor Ritel; Keputusan Investasi; Overconfidence Bias; Risk Perception.*

### **1. PENDAHULUAN**

Tingkat literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia terus memperlihatkan kemajuan yang signifikan, sebagaimana tercermin dalam hasil survei bersama yang dilakukan OJK dan BPS. Survei tersebut mencatat indeks literasi keuangan telah mencapai angka 66,46% serta indeks inklusi keuangan sebesar 80,51%, melampaui capaian periode sebelumnya yang masing-masing berada di angka 65,43% dan 75,02% (Otoritas Jasa Keuangan, 2025).

Seiring dengan peningkatan tren literasi dan inklusi keuangan, OJK melaporkan peningkatan jumlah investor ritel sejak pandemi covid-19 mencapai 10,3 juta investor pada akhir tahun 2022 hingga mencapai 19,32 juta investor pada 7 November 2025 (Gagas Yoga

Pratomo, 2025; Ronal, 2023). Menurut Khumairoh & Setiawati (2025) daerah Jabodetabek dikenal sebagai pusat ekonomi yang berperan signifikan dalam penyediaan lapangan kerja serta kegiatan ekonomi di tingkat nasional yang mencakup sebagai pusat bisnis dan industri utama di Indonesia. Bursa Efek Indonesia menyebutkan pada tahun 2025, investor ritel lokal mencapai 16.948 juta jiwa dengan 44% diantaranya aktif dalam transaksi harian (Tari, 2025). Namun, pertumbuhan ini tidak selalu diikuti keputusan investasi yang rasional (Mufidah et al., 2022). Investor ritel seringkali masih menggunakan intuisi, tren media sosial dan financial influencer meskipun mereka bukan professional (Kho & Wiyanto, 2025; Sani & Paramita, 2024).

Dalam proses pengambilan keputusan, investor kerap tidak terlepas dari pengaruh faktor psikologis, terutama saat mengevaluasi aset atau produk investasi yang berpotensi memberikan imbal hasil optimal. Kondisi inilah yang menjadikan keputusan investasi sebagai penentu krusial atas keberhasilan aktivitas investasi secara keseluruhan (Yuwana et al., 2025). Keputusan investasi sendiri didefinisikan oleh Mandagie et al. (2020), sebagai serangkaian tahapan yang ditempuh investor dalam mendistribusikan sejumlah aset ke berbagai instrumen investasi, dengan berlandaskan pada pertimbangan maupun pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya.. Beberapa studi menunjukkan bahwa bias psikologis, perilaku yang tidak rasional, serta keputusan investasi yang kurang tepat dari investor seringkali muncul di pasar (Jan et al., 2022), termasuk bias kepercayaan diri berlebih yang dapat berdampak pada dinamika pasar (Saputra & Situngkir, 2025).

Dalam kerangka teori behavioral finance, Parveen et al. (2020) mengungkapkan bahwa perilaku investor di pasar cenderung menyimpang dari prinsip rasionalitas. Keterbatasan kapasitas kognitif manusia mendorong pengambilan keputusan investasi yang bertumpu pada pendekatan heuristik, yang pada akhirnya rentan melahirkan berbagai bentuk bias (Sudirman et al., 2023). Kemudahan akses investor ritel terhadap informasi melalui platform media sosial justru memperparah kerentanan mereka terhadap bias kognitif (Shah et al., 2024). Bias semacam ini berdampak pada penurunan kualitas berpikir individu, yang bersumber dari ketidakmampuan optimal dalam memproses dan mengolah informasi yang diterima. (Alifya et al., 2024).

*Overconfidence* muncul ketika seorang investor merasa terlalu percaya diri pada kemampuannya sehingga seringkali mengesampingkan risiko dan subjektif dalam membuat keputusan. Selain itu, bias ini juga dapat berpengaruh dengan berbagai kontribusi dalam pengambilan keputusan investasi serta dapat membuat investor berkeyakin bahwa pilihan yang mereka buat sudah tepat (Situngkir et al., 2022). Sementara, *availability bias* muncul ketika

seorang investor seringkali mengingat pengalaman investasi yang selektif seperti keuntungan atau kerugian besar (Jiang et al., 2025). Availability bias didukung oleh informasi yang sudah sangat mudah didapatkan pada sosial media (Yuniasih et al., 2025).

Di sisi lain, persepsi terhadap risiko turut memegang peranan penting dalam dinamika pengambilan keputusan investasi. Sejumlah temuan riset mengindikasikan bahwa cara pandang investor dalam menilai risiko acapkali tidak mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Kesenjangan persepsi ini berujung pada respons investor yang cenderung berlebihan atau justru terlalu pasif dalam menanggapi sinyal-sinyal yang muncul di pasar (Utama et al., 2024). Atas dasar tersebut, risk perception dipandang layak untuk ditempatkan sebagai variabel mediasi, mengingat perannya yang strategis sebagai penghubung antara bias perilaku dan keputusan investasi yang diambil.

Bertolak dari fenomena yang telah diuraikan sebelumnya, studi ini dirancang untuk mengeksplorasi pengaruh *Overconfidence* bias dan availability bias terhadap keputusan investasi, sekaligus mengkaji sejauh mana risk perception mampu berperan sebagai variabel mediasi di antara hubungan tersebut. Subjek yang menjadi fokus kajian adalah para investor ritel yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Adapun penelitian ini diangkat dengan judul “Risk Perception Sebagai Variabel Mediasi: *Overconfidence* Bias dan Availability Bias Terhadap Keputusan Investasi”.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Behavioral Finance

Kuangan perilaku, sebagaimana dikemukakan oleh Statman (2017) merupakan suatu pendekatan dalam disiplin ilmu keuangan yang mengkaji perilaku investor secara komprehensif, di mana keputusan finansial yang diambil tidak semata-mata berlandaskan pada pertimbangan rasional, melainkan turut dipengaruhi oleh emosi, preferensi, serta pola pikir individu dalam memaknai informasi dan kondisi pasar yang ada. Adapun teori behavioral finance menegaskan bahwa di dalam pasar, perilaku yang ditunjukkan oleh para investor kerap kali tidak mencerminkan sikap yang rasional (Parveen et al., 2020).

Teori perilaku keuangan membahas bagaimana peran psikologi seorang pemegang saham dapat menentukan sebuah risiko dalam mengambil keputusan terutama keputusan investasi (Yuniningsih, 2020). Teori ini berperan dalam membantu mengenali *market anomalies* yaitu merupakan kejadian di pasar keuangan yang tidak dapat dipaparkan dengan teori tradisional (Thompson, 2023). Teori ini bertujuan untuk menginterpretasikan dan mengenali bahwa keputusan seseorang tidak selalu rasional serta keputusan keuangan dapat

dipengaruhi oleh bias, perilaku dan emosi seseorang. Ketika dihadapkan pada proses penilaian, manusia cenderung mengandalkan cara berpikir heuristik sebagai jalan pintas kognitif yang dalam banyak kesempatan justru menyimpang dari kaidah-kaidah dasar probabilitas (Tversky & Kahneman, 2017).

### **Prospect Theory**

*Prospect theory* dikembangkan pertama kali oleh Kahneman dan Tversky pada tahun 1979. Menurut Kahneman (2020), teori prospek adalah konsep psikologi yang mengungkapkan cara manusia dalam membuat keputusan saat menghadapi situasi yang tidak pasti dan berisiko. Di dalam *prospect theory* beranggapan bahwa tidak semua perilaku manusia itu rasional terkadang sering kali membuat keputusan yang tidak rasional (Febianti, 2025).

Teori prospek dapat digunakan untuk mengukur perilaku seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan. Investor mengetahui situasi risiko berdasarkan persepsi terhadap potensi keuntungan dan kerugian (Fortin & Hlouskova, 2024). Pertimbangan ini muncul karena seseorang terjebak dalam dua bagian, yaitu bagian *loss* dan bagian *gain* yang berisiko memicu kebutuhan untuk segera bertindak meskipun Langkah yang diambil cenderung tidak logis (Yuniningsih, 2020).

### **Heuristics Theory**

Menurut Lewis (2017), heuristik merupakan cara cepat yang dipakai pikiran untuk menghadapi ketidakpastian dalam menangani informasi dan membuat keputusan tanpa perlu menghitung probabilitas yang rumit. Sedangkan, menurut Safrin (2025), heuristik merupakan model yang menjelaskan bahwa individu sering menerapkan aturan sederhana guna menciptakan keputusan cepat dalam kondisi yang tidak pasti.

Heuristik dapat berguna dalam banyak situasi, tetapi seringkali menyebabkan keputusan yang bias (Tversky & Kahneman, 2017). Cara kerja heuristic mental shortcut adalah dengan mengubah kompleksitas suatu fenomena menjadi bentuk penilaian yang lebih sederhana dan mudah dipahami (Vitmiasih et al., 2021). Investor yang menggunakan heuristik dalam keputusan investasi cenderung membuat keputusan dengan informasi terbatas, terutama dalam situasi kompleks dan ketidakpastian tinggi, sehingga investor cenderung membuat keputusan irasional, yang mengakibatkan kinerja portofolio yang lebih buruk (Febri & Sudirman, 2023). Dampak dari heuristik juga dapat mengakibatkan kesalahan sistematis yang dikenal dengan istilah bias kognitif (Anwar et al., 2024).

## **Bias Kognitif**

Menurut Thaler (2015), bias kognitif merujuk pada pola kesalahan dalam penilaian dan pengambilan keputusan yang sistematis akibat individu yang mengandalkan aturan sederhana serta naluri. Bias kognitif dapat membuat keputusan sering kali menjadi tidak rasional (Oktaperina & Situngkir, 2025). Kesalahan kognitif muncul karena adanya kesalahan dalam statistika dasar, cara memproses informasi atau ingatan. Kesalahan ini dapat dianggap sebagai akibat dari penalaran yang tidak tepat. Dalam konteks ini bias kognitif merupakan kesalahan dalam statistik, pemrosesan informasi, atau ingatan yang membuat keputusan tidak sejalan dengan rasionalitas (Pompian, 2021).

### ***Overconfidence Bias***

*Overconfidence* didefinisikan oleh Nofsinger (2018) sebagai suatu kecenderungan pada diri seseorang untuk memandang pengetahuannya secara berlebihan, mengecilkan risiko yang ada, serta terlalu yakin bahwa dirinya mampu mengendalikan berbagai kejadian yang terjadi. Pada diri investor, *Overconfidence* bias tercermin dari rasa percaya diri yang melampaui batas kewajaran terhadap kemampuan dan kompetensi yang dimiliki, sehingga tidak lagi sesuai dengan kapasitas yang sesungguhnya (Situngkir et al., 2024). Kepercayaan berlebihan membuat pemegang saham cenderung membesar-besarkan kemampuannya dalam menilai investasi. *Overconfidence* juga dapat menyebabkan pemegang saham menganggap remeh risiko dan cenderung mengabaikannya serta kurang bersedia untuk melakukan diversifikasi pada portofolio investasinya.

### ***Availability Bias***

*Availability bias*, menurut Pompian (2021), merupakan suatu jalan pintas mental yang mendorong individu untuk memperkirakan kemungkinan terjadinya suatu hasil berdasarkan seberapa sering hasil tersebut dijumpai dalam kehidupan sehari-hari mereka. Bias ini muncul ketika para pengambil keputusan lebih memilih untuk bertumpu pada informasi yang paling mudah mereka akses dan ingat dalam proses pengambilan keputusan (Siraji, 2019). *Availability* mengacu pada kenyataan bahwa para pengambil keputusan lebih memilih informasi yang dapat diakses dengan mudah dibandingkan dengan semua data yang sesuai (Tversky & Kahneman, 2017).

*Availability bias* membuat individu cenderung bergantung pada informasi yang baru saja dialami atau mudah diingat, meskipun informasi tersebut tidak selalu mencerminkan kenyataan yang tepat. Bias ketersediaan ini berperan dalam pemahaman terkait fenomena yang terjadi di pasar saham seperti respon berlebihan harga saham atas serangkaian informasi positif maupun negatif (Pompian, 2021).

## **Risk Perception**

Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap suatu risiko yang dipengaruhi oleh emosi, pengalaman dan data, di mana penilaian ini tidak selalu sejalan dengan risiko yang sebenarnya tetapi dapat memengaruhi sikap, tindakan, dan keputusan individu dalam menghadapi risiko (Capele & Lique, 2021). Persepsi risiko mencakup sikap, keyakinan individu, perasaan, penilaian, nilai-nilai sosial dan budaya, serta disposisi (Jain et al., 2023). Persepsi risiko memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan investor ekuitas.

## **Keputusan Investasi**

Mengambil sebuah keputusan merupakan kegiatan yang tidak bisa dihindari dalam tiap unsur kehidupan. Pengambilan keputusan yang baik mengacu pada pengetahuan mendalam terkait kondisi, fakta, dan evaluasi risiko yang matang (Safrin, 2025). Menurut Brigham & Houston (2019) keputusan investasi merupakan keputusan seseorang untuk menempatkan asetnya pada instrument keuangan yang bisa memberikan hasil lebih baik di masa yang akan datang. Keterampilan dan pengetahuan tambahan dibutuhkan oleh Sebagian besar investor untuk memahami informasi dan membuat keputusan keuangan dengan efisien (Kahneman, 2003).

Penting untuk kita memahami proses pengambilan keputusan investor karena hal tersebut memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan kesejahteraan keuangan individu (Jain et al., 2023). Selain itu, keputusan investor dan padangan kolektifnya akan menentukan nilai asset, tren pasar, dan efisiensi pasar modal (Mittal et al., 2020).

## **Pembentukan Hipotesis**

### **Pengaruh *Overconfidence* bias terhadap Keputusan Investasi dan Risk Perception**

*Overconfidence* adalah kecenderungan individu untuk memiliki keyakinan berlebih terhadap pengetahuan dan kemampuan yang dimilikinya, serta cenderung meremehkan risiko dan merasa mampu mengendalikan suatu keadaan (Nofsinger, 2018). Penelitian oleh Jain et al. (2023) mengungkapkan bahwa *Overconfidence* bias dapat mendorong pengambilan keputusan investasi karena investor sering kali terlalu percaya diri terhadap kemampuannya dan menganggap risiko lebih rendah, sehingga perilaku transaksi menjadi lebih agresif.

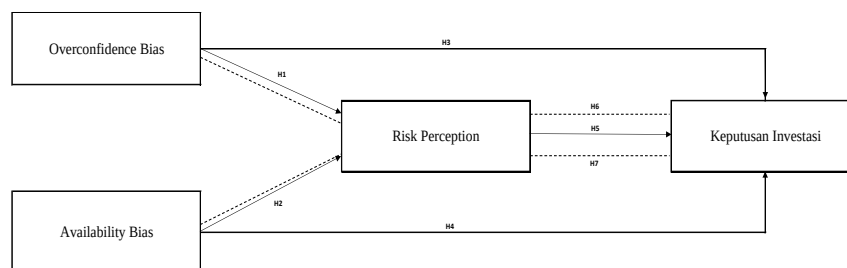
### **Pengaruh *Availability* bias terhadap Keputusan Investasi dan Risk Perception**

Pompian (2021) berpendapat bahwa *availability bias* merupakan bentuk jalan pintas mental yang membuat individu menilai kemungkinan suatu peristiwa berdasarkan seberapa mudah informasi atau pengalaman tersebut diingat dalam kehidupan mereka. Preferensi yang berubah sesuai dengan ketersediaan informasi mengakibatkan pola tertentu dan informasi yang

tidak relevan juga memengaruhi keputusan investasi (Jain et al., 2023). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fachrudin (2024) juga menunjukkan bahwa *availability bias* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

### Pengaruh Risk Perception terhadap Keputusan Investasi

Persepsi merupakan bagian dari proses berpikir yang melibatkan pancaindra, seperti penglihatan, pendengaran, dan perasaan, dalam memahami suatu informasi. Persepsi dipengaruhi oleh informasi yang diterima sehingga dapat memengaruhi proses penilaian individu. Seseorang akan memandang suatu kondisi sebagai risiko ketika mengalami kerugian akibat keputusan yang kurang tepat sehingga berdampak pada kondisi keuangannya (Jain et al., 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Nabilah & Widia (2025) menunjukkan bahwa persepsi risiko dapat memperkuat keputusan investasi. Temuan tersebut menjelaskan adanya mekanisme penting dalam proses investor mengolah berbagai bias perilaku melalui persepsi risiko sebelum menentukan keputusan investasi.



**Gambar 1.** Paradigma Penelitian.

Berdasarkan tinjauan literatur, hipotesis dan metodologi yang akan diterapkan dalam studi ini yaitu sebagai berikut:

H01: *Overconfidence* Bias berpengaruh terhadap Risk Perception

Ha1: *Overconfidence* Bias tidak berpengaruh terhadap Risk Perception

H02: *Availability* Bias berpengaruh terhadap Risk Perception

Ha2: *Availability* Bias tidak berpengaruh terhadap Risk Perception

H03: *Overconfidence* Bias berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

Ha3: *Overconfidence* Bias tidak berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

H04: *Availability* Bias berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

Ha4: *Availability* Bias tidak berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

H05: Risk Perception berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

Ha5: Risk Perception tidak berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

H06: *Overconfidence* Bias berpengaruh terhadap Keputusan Investasi melalui Risk Perception

Ha6: *Overconfidence* Bias tidak berpengaruh terhadap Keputusan Investasi melalui Risk Perception

H07: Availability Bias berpengaruh terhadap Keputusan Investasi melalui Risk Perception

Ha7: Availability Bias tidak berpengaruh terhadap Keputusan Investasi melalui Risk Perception

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi Populasi yang menjadi acuan dalam penelitian ini mencakup seluruh investor ritel pemegang Single Investor Identification (SID) yang berdomisili di kawasan Jabodetabek. Berdasarkan data yang dihimpun, jumlah SID di wilayah Jakarta tercatat sebanyak 2.953.809 investor, diikuti wilayah Tangerang dengan 592.263 investor, Bekasi sebanyak 498.154 investor, Bogor sejumlah 411.121 investor, serta Kota Depok dengan total 208.052 investor. Adapun sampel penelitian ini dibatasi pada investor ritel yang berdomisili di salah satu atau beberapa wilayah dalam kawasan Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, dengan dua kriteria utama yang harus dipenuhi, yaitu telah aktif berinvestasi dalam kurun waktu 12 bulan terakhir serta berusia paling sedikit 17 tahun atau telah memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) maupun dokumen identitas diri yang setara. Dalam proses penentuan sampel, penelitian ini menerapkan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling sebagai pendekatan pemilihannya.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang dirancang dengan mengadopsi skala Likert lima tingkatan, mulai dari angka 1 yang mewakili jawaban sangat tidak setuju hingga angka 5 yang mencerminkan jawaban sangat setuju. Proses distribusi kuesioner diselenggarakan secara online melalui platform Google Form, dengan jangkauan penyebaran yang mencakup responden di kawasan Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, menggunakan berbagai kanal media sosial sebagai media penyebarannya, yakni WhatsApp, Instagram, X, serta sejumlah komunitas dan grup investasi yang aktif di platform Telegram. Pengukuran terhadap masing-masing variabel penelitian dilakukan berdasarkan sejumlah indikator yang telah ditetapkan sebelumnya, dengan rincian sebagai berikut:

#### **Overconfidence Bias**

- a. Keyakinan terhadap ketepatan keputusan investasi
- b. Kepercayaan diri berlebihan terhadap kemampuan memprediksi tren masa depan
- c. Keselarasan persepsi pribadi dengan tren pasar
- d. Atribusi keberhasilan pada strategi pribadi



### **Availability Bias**

- a. Preferensi berlebihan terhadap asset domestic
- b. Mengandalkan informasi pakar yang paling sering muncul di media/berita
- c. Ketergantungan pada informasi yang paling baru dan paling terlihat
- d. Terpengaruh oleh informasi kenaikan pasar yang langsung terlihat
- e. Reaksi terhadap informasi negatif yang mudah diingat

### **Risk Perception**

- a. Rasa takut untuk berinvestasi di pasar saham meskipun ada potensi keuntungan
- b. Waspada terhadap saham yang menunjukkan fluktuasi harga atau pergerakan perdagangan yang tiba-tiba
- c. Keresahan untuk perusahaan menanamkan modal pada saham dengan catatan buruk di masa lalu
- d. Menilai reputasi perusahaan sekuritas sebelum melakukan investasi
- e. Percaya diri dan yakin untuk menginvestasikan uang pada saham yang memiliki kinerja baik sebelumnya

### **Keputusan Investasi**

- a. Ketergantungan pada perasaan dan reaksi batin
- b. Keyakinan subjektif terhadap ketepatan keputusan
- c. Penggunaan insting dalam pengambilan keputusan
- d. Dominasi pertimbangan emosional dibanding rasional
- e. Pemanfaatan intuisi sebagai dasar utama keputusan

Metode analisis utama yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, dengan SmartPLS 4 sebagai perangkat lunak yang digunakan untuk mengoperasikannya. Dalam pelaksanaannya, proses analisis SEM dijalankan melalui dua tahap yang dilakukan secara berurutan dan saling berkaitan satu sama lain. Tahapan pertama adalah evaluasi outer model, yang difokuskan pada pengujian validitas dan reliabilitas masing-masing konstruk yang terlibat dalam penelitian. Setelah seluruh kriteria pada tahap pengukuran ini terpenuhi, analisis kemudian diteruskan ke tahapan kedua, yaitu pengujian inner model, yang bertujuan untuk menelaah pola hubungan yang terbentuk antarvariabel sekaligus memverifikasi hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

## Analisis Deskriptif

Data profil responden penelitian ditampilkan pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Profil Responden.

| Keterangan                       | Deskripsi                    | Jumlah | Presentase |
|----------------------------------|------------------------------|--------|------------|
| <b>Gender</b>                    | Laki-Laki                    | 153    | 38%        |
|                                  | Perempuan                    | 250    | 62%        |
| <b>Usia</b>                      | 17 - 25 Tahun                | 180    | 44,70%     |
|                                  | 26 - 35 Tahun                | 118    | 29,30%     |
|                                  | 36 - 45 Tahun                | 83     | 20,60%     |
|                                  | > 45 Tahun                   | 22     | 5,50%      |
|                                  |                              |        |            |
| <b>Domisili</b>                  | Jakarta                      | 87     | 21,60%     |
|                                  | Bogor                        | 64     | 15,90%     |
|                                  | Depok                        | 107    | 26,60%     |
|                                  | Tangerang                    | 92     | 22,80%     |
|                                  | Bekasi                       | 53     | 13,20%     |
| <b>Tingkat Pendidikan</b>        | SMA                          | 71     | 17,60%     |
|                                  | Diploma (D3/D4)              | 36     | 8,90%      |
|                                  | Sarjana (S1)                 | 238    | 59,10%     |
|                                  | Magister (S2)                | 43     | 10,70%     |
|                                  | Doktor (S3)                  | 15     | 3,70%      |
| <b>Tingkat Pendapatan</b>        | < Rp 2.000.000               | 84     | 20,80%     |
|                                  | Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000  | 137    | 34%        |
|                                  | Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000 | 135    | 33,50%     |
|                                  | > Rp 10.000.000              | 47     | 11,70%     |
|                                  |                              |        |            |
| <b>Pengalaman Investasi</b>      | < 1 Tahun                    | 81     | 20,10%     |
|                                  | 1 Tahun - 3 Tahun            | 187    | 46,40%     |
|                                  | 4 Tahun - 6 Tahun            | 100    | 24,80%     |
|                                  | > 6 Tahun                    | 35     | 8,70%      |
| <b>Jenis Instrumen Investasi</b> | Saham                        | 132    | 32,80%     |
|                                  | Obligasi                     | 52     | 12,90%     |
|                                  | Reksa Dana                   | 92     | 22,80%     |
|                                  | Emas                         | 125    | 31%        |
|                                  | Lainnya                      | 2      | 0,50%      |

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Outer Model

#### *Validitas Konvergen*

Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan tujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator yang digunakan mampu merepresentasikan variabel yang hendak diukur. Alat analisis yang digunakan dalam pengujian ini adalah SmartPLS dengan algoritma PLS-SEM, yang mengacu pada dua kriteria pokok, yaitu nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Sebuah indikator dapat dinyatakan memenuhi syarat validitas konvergen apabila nilai outer loading-nya melampaui angka 0,7 dan nilai AVE-nya berada di atas batas minimum 0,5.

**Tabel 2.** Hasil *Outer Loading* dan *AVE*.

| Variabel                   | Indikator | <i>Outer Loading</i> | <i>AVE</i> | Kesimpulan |
|----------------------------|-----------|----------------------|------------|------------|
| <i>Overconfidence Bias</i> | OC1       | 0.832                | 0.688      | VALID      |
|                            | OC2       | 0.845                |            | VALID      |
|                            | OC3       | 0.815                |            | VALID      |
|                            | OC4       | 0.825                |            | VALID      |
| Availability Bias          | AV1       | 0.836                | 0.683      | VALID      |
|                            | AV2       | 0.846                |            | VALID      |
|                            | AV3       | 0.825                |            | VALID      |
|                            | AV4       | 0.835                |            | VALID      |
|                            | AV5       | 0.788                |            | VALID      |
| Risk Perception            | RP1       | 0.799                | 0.702      | VALID      |
|                            | RP2       | 0.853                |            | VALID      |
|                            | RP3       | 0.855                |            | VALID      |
|                            | RP4       | 0.846                |            | VALID      |
|                            | RP5       | 0.836                |            | VALID      |
| Keputusan Investasi        | KI1       | 0.802                | 0.686      | VALID      |
|                            | KI2       | 0.812                |            | VALID      |
|                            | KI3       | 0.823                |            | VALID      |
|                            | KI4       | 0.873                |            | VALID      |
|                            | KI5       | 0.829                |            | VALID      |

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Hasil pengujian terhadap kedua parameter tersebut sebagaimana tercantum dalam Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh item pengukuran dalam model penelitian ini telah dinyatakan valid. Nilai outer loading pada setiap indikator tercatat di atas 0,7, sedangkan nilai AVE untuk masing-masing variabel juga telah melampaui ambang batas 0,5, sehingga keseluruhan data dapat dinyatakan valid berdasarkan kriteria validitas konvergen.

### Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan ditujukan untuk memverifikasi bahwa setiap variabel dalam model memiliki karakteristik yang cukup berbeda dan dapat dibedakan secara jelas dari variabel lainnya. Pendekatan yang digunakan untuk keperluan pengujian ini adalah Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) sebagai indikator utamanya. Dimana data dikatakan memadai apabila nilai pengukuran HTMT < 0,90.

**Tabel 3.** Hasil *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT).

| Variabel                   | Availability Bias | Keputusan Investasi | <i>Overconfidence Bias</i> | Risk Perception |
|----------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|-----------------|
| Availability Bias          |                   |                     |                            |                 |
| Keputusan Investasi        | 0.388             |                     |                            |                 |
| <i>Overconfidence Bias</i> | 0.293             | 0.352               |                            |                 |
| Risk Perception            | 0.353             | 0.626               | 0.564                      |                 |

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai HTMT menunjukkan angka < 0,90 yang berarti pengujian discriminant validity dianggap memadai sesuai dengan parameter yang telah ditentukan.

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sejauh mana konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan jawaban yang stabil ketika diaplikasikan ulang pada kondisi yang serupa. Dua indikator yang dijadikan acuan dalam pengujian ini adalah Cronbach's alpha dan composite reliability. Suatu konstruk dinyatakan memiliki reliabilitas yang memadai apabila kedua nilai tersebut masing-masing melampaui ambang batas 0,7.

**Tabel 4.** Hasil *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

| Variabel                   | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Composite Reliability</i> | Kesimpulan |
|----------------------------|-------------------------|------------------------------|------------|
| <i>Overconfidence</i> Bias | 0.849                   | 0.849                        | RELIABEL   |
| Availability Bias          | 0.884                   | 0.887                        | RELIABEL   |
| Risk Perception            | 0.894                   | 0.897                        | RELIABEL   |
| Keputusan Investasi        | 0.885                   | 0.889                        | RELIABEL   |

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Hasil dari evaluasi reliabilitas seluruh konstruk tersebut dapat dilihat secara lengkap pada Tabel 4, yang menyajikan nilai Cronbach's alpha dan composite reliability dari setiap variabel yang diteliti. Mengacu pada data yang tertampil dalam tabel tersebut, keseluruhan nilai dari kedua indikator dimaksud telah melampaui batas minimum 0,7. Nilai terendah ditemukan pada variabel *Overconfidence* bias, dengan perolehan Cronbach's alpha dan composite reliability masing-masing sebesar 0,849. Atas dasar temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk yang digunakan dalam penelitian ini telah berhasil memenuhi kriteria reliabilitas yang telah ditetapkan.

## Inner Model

### Collinearity Test

Collinearity test merupakan salah satu instrumen evaluasi yang diterapkan dalam pengujian model struktural atau inner model, khususnya untuk mendeteksi apakah terdapat keterkaitan yang terlalu kuat di antara variabel-variabel dalam model. Hubungan antarvariabel yang terlalu erat perlu diwaspadai karena dapat memicu permasalahan multikolinearitas. Parameter yang dijadikan acuan dalam pengujian ini adalah nilai Variance Inflation Factor (VIF), di mana suatu model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila seluruh nilai VIF-nya berada di bawah angka 5,0.

Tabel 5. Hasil VIF

| Variabel            | Keputusan Investasi | Risk Perception |
|---------------------|---------------------|-----------------|
| Availability Bias   | 1.126               | 1.069           |
| Keputusan Investasi |                     |                 |
| Overconfidence Bias | 1.341               | 1.069           |
| Risk Perception     | 1.394               |                 |

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan data yang tersaji dalam Tabel 5, nilai VIF dari keseluruhan variabel yang diuji dalam penelitian ini tidak ada yang melampaui batas toleransi yang ditetapkan, sehingga model penelitian ini dapat dinyatakan bebas dari permasalahan multikolinearitas.

### Uji Determinasi (R-Square)

Pengujian R-Square dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terdapat pada variabel dependen dalam konteks model struktural yang dibangun. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin besar pula kontribusi variabel independen dalam menerangkan perubahan yang terjadi pada variabel dependen.

Tabel 6. Hasil R-Square.

| Variabel            | R-square | R-square adjusted |
|---------------------|----------|-------------------|
| Keputusan Investasi | 0.347    | 0.342             |
| Risk Perception     | 0.282    | 0.279             |

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Merujuk pada hasil pengujian R-Square yang termuat dalam Tabel 6, variabel dependen keputusan investasi tercatat memperoleh nilai R-Square sebesar 0,347 dan adjusted R-Square sebesar 0,342. Angka ini mengandung makna bahwa variabel-variabel independen yang diikutsertakan dalam model hanya mampu menerangkan sebesar 34,7% dari total variasi yang terjadi pada keputusan investasi, sementara 65,3% porsi yang tersisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak turut diperhitungkan dalam model ini. Sementara itu, variabel mediasi risk perception mencatatkan nilai R-Square sebesar 0,282 dengan adjusted R-Square sebesar 0,279, yang berarti bahwa variabel independen hanya dapat menjelaskan 28,2% variasi pada risk perception, sedangkan 71,8% sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang berada di luar cakupan penelitian ini.

### Uji Effect Size (f-Square)

Uji effect size diterapkan untuk menilai seberapa besar pengaruh yang terjalin antarvariabel, sekaligus memberikan gambaran mengenai signifikansi praktis dari temuan penelitian. Dalam sistem klasifikasinya, nilai f-square dibagi ke dalam tiga kategori: nilai  $0,02 < f^2 < 0,15$  dikategorikan sebagai efek kecil, nilai  $0,15 \leq f^2 < 0,35$  dikategorikan sebagai efek sedang, dan nilai  $f^2 \geq 0,35$  dikategorikan sebagai efek besar.

**Tabel 7.** Hasil *f-Square*.

| Variabel Dependen & Variabel Mediasi | Variabel Independen        | <i>f-Square</i> | Klasifikasi |
|--------------------------------------|----------------------------|-----------------|-------------|
| Keputusan Investasi                  | <i>Overconfidence</i> Bias | 0.000           | Kecil       |
|                                      | Availability Bias          | 0.048           | Kecil       |
|                                      | Risk Perception            | 0.269           | Sedang      |
| Risk Perception                      | <i>Overconfidence</i> Bias | 0.255           | Sedang      |
|                                      | Availability Bias          | 0.054           | Kecil       |

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Merujuk pada hasil yang tertera dalam Tabel 7, baik *Overconfidence* bias maupun availability bias terbukti hanya menghasilkan efek yang tergolong kecil terhadap variabel keputusan investasi, sementara risk perception menunjukkan efek yang masuk dalam kategori sedang. Adapun terhadap variabel risk perception, *Overconfidence* bias tercatat memiliki efek sedang, sedangkan availability bias hanya menghasilkan efek dalam skala kecil.

### Koefisien Jalur (*Path Analysis*)

Metode bootstrapping pada SmartPLS diterapkan sebagai pendekatan dalam pengujian hipotesis guna menganalisis pola pengaruh yang terbentuk antarvariabel dalam penelitian ini. Dasar penerimaan maupun penolakan hipotesis mengacu pada dua parameter utama, yaitu nilai P-Value dan T-Statistik. Suatu hipotesis dapat diterima apabila nilai P-Value yang diperoleh tidak melampaui angka 0,05 dan nilai T-Statistik melampaui batas 1,96 pada tingkat signifikansi sebesar 5%. Sebaliknya, jika kedua kriteria tersebut tidak terpenuhi, maka hubungan antarvariabel dinyatakan tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

**Tabel 8.** *Path Coefficient*.

| Jalur    | Efek     | $\beta$ | T-Statistik | P Value | Signifikan | Mediasi  | Jenis Mediasi  | Keputusan |
|----------|----------|---------|-------------|---------|------------|----------|----------------|-----------|
| OC -> RP | Langsung | 0.442   | 10.053      | 0.000   | YA         |          |                | Diterima  |
| OC -> KI | Langsung | 0.015   | 0.326       | 0.744   | TIDAK      | Penuh    | Full Mediation | Ditolak   |
| OC -> RP | Tidak    |         |             |         |            |          |                |           |
| RP -> KI | Langsung | 0.219   | 7.194       | 0.000   | YA         |          |                | Diterima  |
| AV -> RP | Langsung | 0.203   | 4.593       | 0.000   | YA         |          |                | Diterima  |
| AV -> KI | Langsung | 0.188   | 4.166       | 0.000   | YA         | Sebagian | Komplementer   | Diterima  |
| AV -> RP | Tidak    |         |             |         |            |          |                |           |
| RP -> KI | Langsung | 0.101   | 4.126       | 0.000   | YA         |          |                | Diterima  |
| RP -> KI | Langsung | 0.494   | 11.307      | 0.000   | YA         | -        | -              | Diterima  |

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Hasil uji path coefficient pada Tabel 8 mengungkapkan adanya pengaruh signifikan dari *Overconfidence* bias maupun availability bias terhadap risk perception, yang menjadikan H01 dan H02 keduanya layak untuk diterima. Di sisi lain, *Overconfidence* bias gagal memperlihatkan pengaruh langsung yang bermakna terhadap keputusan investasi, kondisi ini yang kemudian menjadi dasar penolakan terhadap H03. Berbeda dengan itu, availability bias dan risk perception justru berhasil membuktikan signifikansi pengaruhnya terhadap keputusan investasi, sehingga H04 dan H05 keduanya memenuhi syarat untuk diterima.

Adapun dari sisi pengujian mediasi, diperoleh konfirmasi bahwa relasi antara *Overconfidence* bias dan keputusan investasi sepenuhnya dimediasi oleh risk perception, sementara dalam hubungan antara availability bias dan keputusan investasi, risk perception hanya berperan sebagai mediator parsial, dengan demikian H06 dan H07 turut dinyatakan diterima. Dari keseluruhan bukti empiris yang berhasil dihimpun, kedudukan risk perception sebagai penghubung strategis antara bias perilaku investor dan landasan kognitif dalam proses pengambilan keputusan investasi dapat ditegaskan secara meyakinkan.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh *Overconfidence* Bias terhadap Risk Perception**

Hasil pengujian pada tabel Path Coefficient menunjukkan bahwa *Overconfidence* bias berpengaruh signifikan terhadap risk perception dengan nilai  $\beta$  sebesar 0,442, P Value sebesar 0,000, dan T-Statistik sebesar 10,053, sehingga H01 dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat *Overconfidence* bias pada investor berbanding lurus dengan besarnya pengaruh terhadap persepsi mereka dalam menilai risiko investasi. Investor yang cenderung terlalu percaya diri merasa lebih kompeten dan lebih memahami kondisi investasi, sehingga kecenderungan untuk meremehkan risiko pun semakin besar. Hal tersebut mengakibatkan penilaian risiko yang dilakukan lebih bersifat subjektif dan tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Ditinjau dari perspektif behavioral finance, perilaku *Overconfidence* berpengaruh terhadap cara investor dalam mengevaluasi risiko investasi. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan individu untuk melebih-lebihkan kemampuan, pengetahuan, dan kendali yang dimilikinya, sehingga penilaian risiko lebih didasarkan pada keyakinan pribadi ketimbang pertimbangan yang objektif dan rasional.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nareswari et al., (2021) yang menyimpulkan bahwa *Overconfidence* bias berdampak positif terhadap risk perception, artinya semakin tinggi kepercayaan diri investor maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap pembentukan persepsi risiko. Hal serupa juga ditemukan oleh Kaban & Linata (2024) yang

mengungkapkan bahwa *Overconfidence* bias berpengaruh signifikan terhadap risk perception, memperkuat bukti bahwa bias tersebut turut membentuk cara investor dalam memahami dan mengevaluasi risiko dalam aktivitas investasinya.

### **Pengaruh Availability Bias terhadap Risk Perception**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa availability bias berpengaruh signifikan terhadap risk perception, yang ditunjukkan dengan nilai  $\beta$  sebesar 0,203, P Value sebesar 0,000, dan T-Statistik sebesar 4,593. Dengan demikian, H02 dapat diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan availability bias pada investor akan memengaruhi cara investor dalam memandang risiko investasi. Investor cenderung menggunakan informasi yang mudah diingat atau yang sering diperoleh sebagai dasar dalam menilai risiko, sehingga persepsi risiko yang terbentuk menjadi kurang objektif.

Hasil ini konsisten dengan temuan Lei (2025) yang mengungkapkan bahwa availability bias terbukti berpengaruh terhadap risk perception. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa informasi yang mudah diakses dan sering diterima oleh investor dapat memengaruhi tingkat persepsi risiko serta membentuk sikap investor terhadap risiko dalam pengambilan keputusan investasi.

### **Pengaruh Overconfidence Bias terhadap Keputusan Investasi**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, *Overconfidence* bias terbukti tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi, sebagaimana tercermin dari nilai  $\beta$  sebesar 0,015, P Value sebesar 0,744, dan T-Statistik sebesar 0,326, yang menyebabkan H03 dinyatakan ditolak. Kondisi ini mengisyaratkan bahwa rasa percaya diri yang berlebihan tidak serta-merta menjadi faktor dominan yang menentukan arah keputusan investasi, mengingat investor pada umumnya juga mempertimbangkan sejumlah faktor lain dalam proses pemilihan instrumen investasinya.

Temuan tersebut selaras dengan kesimpulan yang dicapai oleh Sari & Damingun (2021) yang dalam penelitiannya juga menemukan bahwa *Overconfidence* bias tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Akan tetapi, hasil ini tidak sejalan dengan temuan Situngkir et al. (2024) yang justru membuktikan adanya pengaruh *Overconfidence* terhadap keputusan investasi. Adanya perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa investor yang menjadi subjek dalam penelitian ini cenderung menunjukkan pola pengambilan keputusan yang lebih rasional, di mana setiap keputusan investasi yang diambil sangat dipengaruhi oleh pertimbangan dan penilaian masing-masing individu secara personal.



### **Pengaruh Availability Bias terhadap Keputusan Investasi**

Berbeda dengan temuan sebelumnya, hasil pengujian terhadap availability bias memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi, dengan nilai  $\beta$  sebesar 0,188, P Value sebesar 0,000, dan T-Statistik sebesar 4,166, sehingga  $H_0$  dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam proses pengambilan keputusan investasi, investor cenderung mengandalkan informasi yang paling mudah diingat atau paling mudah diakses, sehingga keputusan yang dihasilkan tidak sepenuhnya dilandasi oleh analisis yang menyeluruh dan objektif.

Hasil ini konsisten dengan temuan Maiziyah & Helmayunita (2023) yang menyimpulkan bahwa availability bias memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Senada dengan hal tersebut, Fachrudin (2024) juga mengonfirmasi bahwa availability bias terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, yang semakin memperkuat bukti empiris bahwa investor memiliki kecenderungan untuk mendasarkan pilihan investasinya pada informasi yang paling mudah dijangkau dan tersedia.

### **Pengaruh Risk Perception terhadap Keputusan Investasi**

Berdasarkan hasil dari *path coefficient*, diketahui bahwa risk perception berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi dengan nilai  $\beta$  sebesar 0.494, nilai P Value sebesar 0.000, dan nilai T-Statistik sebesar 11.307. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi risiko yang dimiliki, maka semakin besar pengaruhnya dalam menentukan keputusan investasi. Investor cenderung memperhitungkan tingkat risiko yang akan mereka hadapi sebelum mengambil keputusan.

Dalam kerangka teori behavioral finance, persepsi risiko mencerminkan cara seseorang mengevaluasi kemungkinan terjadinya kerugian dari suatu kegiatan investasi. Penilaian tersebut pada gilirannya turut membentuk orientasi perilaku investor dalam menyikapi risiko, di mana investor yang memiliki persepsi risiko tinggi akan cenderung mengambil langkah yang lebih konservatif, sementara investor dengan persepsi risiko yang rendah justru cenderung bertindak lebih agresif dalam menentukan keputusan investasinya.

Temuan penelitian ini semakin diperkuat oleh hasil studi Yuliani (2024) yang membuktikan bahwa risk perception memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Sejalan dengan hal tersebut, Pratidina & Anggraini (2023) turut menegaskan melalui penelitiannya bahwa risk perception berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi, yang semakin mempertegas bahwa sudut pandang investor dalam memaknai risiko merupakan salah satu elemen yang tidak dapat dikesampingkan dalam proses pengambilan keputusan investasi.

### **Pengaruh *Overconfidence* Bias terhadap Keputusan Investasi melalui Risk Perception**

Merujuk pada hasil pengujian yang telah dilakukan, pengaruh *Overconfidence* bias terhadap keputusan investasi yang dimediasi oleh risk perception terbukti signifikan, dengan nilai  $\beta$  sebesar 0,219, P Value sebesar 0,000, dan T-Statistik sebesar 7,194, sehingga H06 dinyatakan diterima. Temuan ini mengisyaratkan bahwa *Overconfidence* bias tidak menempuh jalur pengaruh secara langsung terhadap keputusan investasi, melainkan bekerja melalui perantara risk perception yang kemudian menjadikan pengaruh tersebut bermakna secara statistik. Dengan kata lain, tingkat kepercayaan diri investor yang berlebihan berdampak pada cara mereka mempersepsikan risiko, yang pada akhirnya turut membentuk pilihan investasi yang mereka ambil. Hal ini sekaligus menegaskan kedudukan risk perception sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara *Overconfidence* bias dan keputusan investasi.

Apabila ditinjau dari perspektif behavioral finance, bias kognitif seperti *Overconfidence* tidak serta-merta menghasilkan dampak langsung terhadap pengambilan keputusan, melainkan bekerja melalui proses kognitif yang lebih dalam, salah satunya adalah persepsi risiko. Investor yang terlalu percaya diri cenderung mengabaikan atau meremehkan potensi risiko yang sesungguhnya ada. Hal ini sejalan dengan berbagai temuan penelitian terdahulu yang secara konsisten menunjukkan bahwa *Overconfidence* bias tidak memberikan pengaruh langsung terhadap keputusan investasi, namun pengaruhnya dapat dimunculkan melalui mediasi faktor lain seperti risk perception. Khanza et al. (2022) dalam penelitiannya menegaskan bahwa *Overconfidence* bias tidak memberikan dampak yang signifikan secara langsung terhadap keputusan investasi, yang semakin mengukuhkan betapa pentingnya keberadaan variabel mediasi dalam menjelaskan keterkaitan antara kedua variabel tersebut.

### **Pengaruh Availability Bias terhadap Keputusan Investasi melalui Risk Perception**

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh, pengaruh availability bias terhadap keputusan investasi yang dimediasi oleh risk perception terbukti signifikan, dengan nilai  $\beta$  sebesar 0,101, P Value sebesar 0,000, dan T-Statistik sebesar 4,126, sehingga H07 dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa availability bias memiliki kemampuan untuk memengaruhi keputusan investasi melalui dua jalur sekaligus, yakni secara langsung maupun melalui perantara risk perception. Hal tersebut bermakna bahwa informasi yang mudah diingat tidak hanya memberikan dampak langsung terhadap keputusan investor, tetapi juga turut membentuk cara investor mempersepsikan risiko yang pada akhirnya ikut menentukan arah keputusan investasi yang diambil. Dengan demikian, risk perception terbukti menjalankan fungsinya sebagai mediator parsial dalam hubungan yang terjalin antara availability bias dan keputusan investasi.

Ditinjau dari sudut pandang teoritis, bias ketersediaan mendorong investor untuk melakukan penilaian terhadap risiko dengan bertumpu pada informasi yang paling mudah dijangkau dan paling kuat tersimpan dalam ingatan mereka. Persepsi risiko yang terbentuk pun bersumber dari informasi yang dijadikan acuan dalam proses pengambilan keputusan investasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Fachrudin (2024) yang menyimpulkan bahwa informasi yang tersedia tidak hanya memengaruhi keputusan investasi secara langsung, melainkan juga bekerja melalui pembentukan persepsi risiko investor terlebih dahulu.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan yang dihasilkan dalam penelitian ini, *Overconfidence* bias dan availability bias keduanya terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap risk perception. Namun, pengaruh langsung *Overconfidence* bias terhadap keputusan investasi tidak berhasil dibuktikan, sedangkan availability bias dan risk perception justru masing-masing mampu menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Di samping itu, risk perception terkonfirmasi mengemban peran sebagai mediator penuh pada hubungan yang terjalin antara *Overconfidence* bias dan keputusan investasi, sekaligus memikul fungsi sebagai mediator parsial dalam keterkaitan antara availability bias dan keputusan investasi. Rangkaian temuan ini secara kolektif semakin memperkuat kesimpulan bahwa risk perception memegang peranan yang amat vital sebagai jembatan yang menghubungkan bias kognitif investor dengan keputusan investasi yang diambil oleh investor ritel di wilayah Jabodetabek.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., Pratiwi, A. S., Sya'bana, P. H., Mawardy, A. D. N., & Ningtyas, A. H. P. (2025). Edukasi pemasaran digital peningkatan UMKM Desa Padangbandung dengan pendampingan pembuatan toko online di Shopee. *Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat dan Kuliah Kerja Nyata*, 202–210.
- Ba'amir, A. Y. B. Y., & Majid, N. (2026). Pemberdayaan UMKM melalui pendampingan pendaftaran produk platform marketplace ShopeeFood di Kecamatan Benowo. *Al-Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 331–338. <https://doi.org/10.56013/jak.v6i1.5242>
- Bashiroh, A., Sholikhah, F., & Fitriyanti, A. (2025). Peningkatan teknologi digitalisasi UMKM melalui pelatihan digital marketing: Shopee. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 2(1), 612–624. <https://doi.org/10.62567/micjo.v2i1.462>
- Desiani, A., Irmeilyana, I., Putri, A. I., Yuniar, E., Calista, N. A., Makhalli, S., & Amran, A. (2021). Pemanfaatan marketplace Shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPMAS)*, 4(2), 209–216. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i2.9222>

- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan pemanfaatan marketplace pada UMKM dalam masa Covid-19. *Dedikasi PKM*, 2(2), 206–212. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i2.9765>
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi penggunaan online shop berbasis website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10–16.
- Istiqomah, A., Kartika, D., & Safira, O. P. (2024). Pengabdian masyarakat melalui pelatihan pemasaran digital menggunakan e-commerce Shopee pada UMKM Majun Jaya di Kp. Pasir Pogor. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 10–16. <https://doi.org/10.56457/dinamika.v2i1.552>
- Kumala, D., Was'an, G. H., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan pengembangan pemasaran digital produk pakan ternak pada UMKM Tegal Salam Feed, Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(1), 61–66.
- Kusuma, A. N., & Maura, A. E. (2021). Meningkatkan minat berbisnis secara online. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(6), 4–12.
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., Kharis, A. J., Hidayat, M. N. F., & Imtiyas, M. S. (2024). Pemanfaatan Shopee sebagai toko online untuk meningkatkan pangsa pasar produk UMKM di Desa Plelen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Sejahtera*, 3(3), 20–30. <https://doi.org/10.59059/jpmis.v3i3.1580>
- Nilasari, R. (2019). Pengaruh trust dan e-service terhadap repurchase intention bagi pengguna aplikasi Shopee. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(2), 755–769. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i02.p20>
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan e-commerce di kalangan pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Abdimas Peradaban: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 34–40.
- Pinariya, J. M., Forceila, D., Ivana, L., & Yunia, A. (2021). Sosialisasi dan edukasi digital marketing pada komunitas BGBJ di Bantar Gebang menghadapi era 4.0. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 191–202. <https://doi.org/10.30651/aks.v5i2.6148>
- Rahmawati, A. E., Ifana, A. M., Arviana, E., & Arifin, R. (2024). Pendampingan dan pembuatan akun Shopee untuk mewujudkan digitalisasi UMKM. *Educommunity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 42–49. <https://www.edutechnium.com/journal/educommunity>
- Rusdiana, A., Suparto, L. M., & Pamuji, R. S. S. (2024). Digitalisasi UMKM Desa Ujungjaya melalui e-commerce Shopee. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 2102–2107. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i3.9568>
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran marketplace dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 67–74.
- Sjioen, A. E., Sulistyaningsih, E., Arwin, Nuralam, & Jemadi. (2025). Optimalisasi media sosial dan marketplace untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9046–9055. <http://jerkin.org/index.php/jerkin>

- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan e-commerce untuk meningkatkan daya saing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- Sururi, Fanani, I., Rizka, R. B., Hermawan, W., Rizal, R., & Lukitawati, L. J. (2024). Pendampingan eks pekerja migran Indonesia dalam pembuatan akun marketplace (Shopee). *Jurnal Pengmas: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 198–207.
- Utami, A. D., Wardani, K. D. K. A., & Gorda, A. A. N. E. S. (2023). Peningkatan daya saing UMKM kuliner di Desa Adat Panjer melalui pengembangan media pemasaran berbasis digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 1–5. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i1.38458>
- Wusqo, A. U., Fridayanti, B. E., & Aisyah, S. (2023). Pengembangan dan pendampingan UMKM dompet kulit melalui digitalisasi marketing berbasis marketplace Shopee untuk menunjang pemasaran dan peningkatan penjualan. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 7(1), 43–49. <https://doi.org/10.30595/jppm.v7i1.9482>