

**PENGARUH *OVERCONFIDENCE*, *HERDING BIAS*, *LOSS AVERSION*,
DAN *ANCHORING BIAS* TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
INVESTASI PADA GENERASI Z DENGAN KEPERCAYAAN DIRI
KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Shinta Dewi Miftakul Jannah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Overconfidence*, *Herding Bias*, *Loss Aversion*, dan *Anchoring Bias* Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada Generasi Z dengan Kepercayaan Diri Keuangan sebagai Variabel Mediasi. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan melibatkan 400 responden Generasi Z yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*, menggunakan kuesioner daring via *Google Form*. Analisis data dilakukan dengan metode *SEM-PLS* hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan pada Generasi Z. Selain itu, *overconfidence*, *herding bias*, *loss aversion*, dan *anchoring bias* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z. Dan juga, kepercayaan diri keuangan berperan sebagai mediator tidak signifikan dalam hubungan antara *overconfidence*, *herding bias*, *loss aversion*, dan *anchoring bias* terhadap pengambilan keputusan pada Generasi Z. Temuan ini menekankan pentingnya kepercayaan diri keuangan dalam pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z. Penelitian ini memberikan kontribusi baik secara teoritis dan pengembangan literatur mengenai pengambilan keputusan investasi.

Kata Kunci: *Anchoring Bias*, *Herding Bias*, *Kepercayaan Diri Keuangan*, *Loss Aversion*, *Overconfidence*, *Pengambilan Keputusan Investasi*

2021/12/15
R

***THE EFFECT OF OVERCONFIDENCE, HERDING BIAS, LOSS
AVERSION, AND ANCHORING BIAS ON INVESTMENT DECISION
MAKING IN GENERATION Z WITH FINANCIAL SELF-CONFIDENCE AS
A MEDIATING VARIABLE***

Shinta Dewi Miftakul Jannah

Abstract

This study aims to analyze the Effects of Overconfidence, Herding Bias, Loss Aversion, and Anchoring Bias on Investment Decision-Making in Generation Z, with Financial Self-Confidence as a Mediating Variable. A quantitative approach was employed, involving 400 Generation Z respondents selected through purposive sampling techniques, using a questionnaire administered via Google Forms. Data analysis conducted using the SEM-PLS method revealed that financial self-confidence had a positive and significant effect on financial decision-making in Generation Z. In addition, overconfidence, herding bias, loss aversion, and Anchoring bias had no effect and were not significant on investment decision making in Generation Z. Subsequently, financial self-confidence acts as an insignificant mediator in the relationship between overconfidence, herding bias, loss aversion, and Anchoring bias on decision making in Generation Z. This conclusion emphasizes on financial self-confidence in investment decision making among Generation Z. This study contributes both theoretically and to the development of literature on investment decision making.

Keywords: *Anchoring Bias, Herding Bias, Financial Self-Confidence, Loss Aversion, Overconfidence, Investment Decision Making*