

## ABSTRAK

Pasar modal merupakan bagian penting bagi sebuah ekonomi dan dapat menjadi sarana masyarakat untuk memperoleh keuntungan dengan berinvestasi. Pasar modal Indonesia didominasi oleh investor individual dan pekerjaan kedua terbanyak adalah mahasiswa. Pengambilan keputusan oleh investor sangat rentan terhadap kesalahan yang diakibatkan oleh faktor psikologis. Faktor tersebut dapat berupa bias yang mengubah cara investor menganalisis informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor psikologis *herd behavior* dan *heuristic* (*representativeness*, *anchoring*, *overconfidence*, dan *availability bias*) terhadap *investment decision* investor mahasiswa di Kota Malang. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer dengan menggunakan survei terhadap 51 responden investor mahasiswa di Kota Malang. Kemudian, data akan dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, f-test, t-test, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *herd behavior* dan *availability bias* berpengaruh negatif terhadap *investment decision*. Penelitian ini juga menemukan bahwa *representativeness*, *anchoring*, dan *overconfidence* berpengaruh positif terhadap *investment decision*.

Kata-kata kunci: *Herd behavior*, *heuristic*, *representativeness*, *anchoring*, *overconfidence*, *availability bias*, *investment decision*.