

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *herd behavior* dan *heuristic* (*representativeness, anchoring, overconfidence, dan availability bias*) terhadap *investment decision* pada investor mahasiswa di Kota Malang, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Herd behavior* dan *availability bias* berpengaruh negatif terhadap *investment decision* investor mahasiswa di Kota Malang. Artinya, semakin tinggi *herd behavior* dan *availability bias*, maka semakin rendah atau buruk *investment decision* yang dihasilkan oleh investor mahasiswa di Kota Malang.
2. *Representativeness, anchoring, dan overconfidence* berpengaruh positif terhadap *investment decision* investor mahasiswa di Kota Malang. Artinya, semakin tinggi *representativeness, anchoring, dan overconfidence*, maka semakin tinggi pula *investment decision* yang dihasilkan oleh investor mahasiswa di Kota Malang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pengaruh *herd behavior* dan *heuristic* (*representativeness, anchoring, overconfidence, dan availability bias*) terhadap *investment decision* pada investor mahasiswa di Kota Malang, didapatkan keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, reliabilitas dari instrumen penelitian untuk variabel *representativeness* dan *availability bias* dinyatakan tidak reliabel yang dapat dikarenakan oleh beberapa faktor yang memengaruhi responden ketika mengisi kuesioner. Kurangnya reliabilitas dari instrumen penelitian ini dapat memengaruhi kualitas data yang didapatkan untuk dianalisis oleh penulis. Penulis menemukan bahwa penyesuaian tingkat kesulitan atau tata bahasa serta penyediaan bantuan pengisian dapat dilakukan dalam penelitian yang akan datang.
2. Penelitian ini mengalami juga mengalami keterbatasan jumlah responden. Jumlah responden yang terbatas dapat kurang merepresentasikan populasi yang ingin diteliti dalam penelitian ini dan juga memiliki bias yang tidak diinginkan.
3. Penelitian ini terbatas meneliti *herd behavior* dan *heuristic* (*representativeness, anchoring, overconfidence, dan availability bias*) yang memiliki pengaruh terhadap *investment decision* sebesar 38,1% saja. Terdapat variabel-variabel lain yang juga mempengaruhi *investment decision* investor. Variabel tersebut antara lain *loss aversion, regret aversion*, dan faktor pasar yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada investor, perusahaan sekuritas, dan regulator untuk meningkatkan kualitas *investment decision* dan pasar modal Indonesia secara luas, antara lain:

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meningkatkan jumlah responden dan memperluas jangkauan wilayah penelitian sehingga dapat mengetahui karakteristik psikologis dari investor mahasiswa di Indonesia secara luas dan lebih baik.
2. Investor, terutama investor mahasiswa di Kota Malang, perlu melakukan analisis yang lebih baik terhadap informasi pribadi dan informasi publik sehingga kualitas *investment decision* yang dihasilkan lebih baik. Investor juga dapat mengidentifikasi dan mempertimbangkan pengaruh bias psikologis terhadap kualitas *investment decision* yang dihasilkan.