

Online ISSN: 2598-9871

Print ISSN: 2597-7555

Wicaksana: Jurnal Lingkungan dan Pembangunan

Lembaga Penelitian, Universitas Warmadewa
Jl. Terompong 24 Tanjung Bungkak Denpasar Bali, Indonesia
<https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wicaksana/index>



Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Z di Kota Denpasar: Pendekatan Kualitatif Behavioral Finance”

Gede Widiadnyana Pasek¹ | I Putu Agus Adnyana¹ | Gede Widiastina¹

1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma, Indonesia

Correspondence address to:

Ni Putu Devi Sari Astiti, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma, Indonesia:

Email address: widiadnyanapasek@gmail.com

Abstract. *The development of digital technology has catalyzed a growing interest in investment among Generation Z, particularly in Denpasar. Easy access to various digital investment platforms, social media, and financial information has rendered the younger generation increasingly active in investing. However, in practice, investment decision-making is not always rational; rather, it is influenced by various psychological factors such as overconfidence, herding behavior, fear of loss, and investor sentiment. This phenomenon makes the investment behavior of Generation Z an intriguing subject to examine through a behavioral finance approach. This study aims to understand the influence of psychological factors on investment decision-making among Generation Z in Denpasar. Utilizing a qualitative approach, this study adopts a phenomenological research design. Informants were selected using a purposive sampling technique, with the criteria being Generation Z individuals who actively invest through digital platforms. Data collection was conducted through in-depth interviews, observation, and documentation. The data analysis technique followed the Miles and Huberman model, which encompasses data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. Data validity was ensured through source and technique triangulation. The results indicate that psychological factors exert a significant influence on the investment decision-making of Generation Z. Overconfidence tends to make young investors overly confident in their analytical skills, while herding behavior emerges due to the influence of social media, investment communities, and the fear of missing out (FOMO) phenomenon.*

Keywords: *psychological factors, investment decision, behavioral finance, generation Z, digital investment.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas investasi keuangan. Kemajuan teknologi informasi serta hadirnya berbagai platform investasi berbasis digital telah mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi investasi secara cepat, praktis, dan fleksibel. Kondisi ini mendorong peningkatan jumlah investor di Indonesia, khususnya dari kalangan generasi muda. Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital sehingga memiliki karakteristik yang dekat dengan internet, media sosial, dan penggunaan aplikasi keuangan digital. Kemudahan akses informasi tersebut menyebabkan Generasi Z menjadi salah satu kelompok yang aktif dalam melakukan investasi pada berbagai instrumen seperti saham, reksa dana, cryptocurrency, dan emas digital. Fenomena ini juga terjadi di Denpasar, dimana semakin banyak generasi muda yang mulai tertarik melakukan investasi sebagai bagian dari perencanaan keuangan dan gaya hidup modern.

Peningkatan minat investasi di kalangan Generasi Z tidak terlepas dari pengaruh perkembangan media sosial dan tren digitalisasi keuangan. Informasi investasi yang tersebar melalui platform seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan Twitter telah membentuk pola perilaku investasi generasi muda. Banyak influencer keuangan dan komunitas investasi digital yang memberikan edukasi sekaligus rekomendasi investasi secara masif. Kondisi tersebut menyebabkan keputusan investasi sering kali dipengaruhi oleh faktor psikologis dan emosional dibandingkan analisis fundamental yang rasional. Dalam teori behavioral finance dijelaskan bahwa investor tidak selalu bertindak rasional dalam mengambil keputusan keuangan, melainkan dipengaruhi oleh bias psikologis, emosi, pengalaman, dan lingkungan sosial (Kahneman dan Tversky 1979). Behavioral finance memandang bahwa faktor psikologis memiliki peran penting dalam menentukan perilaku investor, terutama pada kelompok investor muda yang cenderung aktif mengikuti tren pasar dan pengaruh media sosial.

Salah satu faktor psikologis yang sering memengaruhi keputusan investasi adalah overconfidence atau rasa percaya diri yang berlebihan. Investor yang mengalami overconfidence cenderung merasa memiliki kemampuan analisis yang lebih baik dibandingkan investor lainnya sehingga berani mengambil risiko investasi yang tinggi tanpa mempertimbangkan informasi secara objektif. Selain itu, terdapat pula herding behavior yaitu perilaku mengikuti keputusan investor lain karena adanya rasa takut tertinggal tren investasi atau fear of missing out (FOMO). Fenomena ini sering ditemukan pada Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi investasi. Penelitian Barber dan Odean (2001) menjelaskan bahwa investor yang memiliki tingkat overconfidence tinggi cenderung melakukan transaksi secara berlebihan dan mengambil keputusan investasi yang kurang rasional. Di sisi lain, loss aversion atau ketakutan terhadap kerugian juga menjadi faktor yang memengaruhi perilaku investor dalam mempertahankan atau menjual aset investasi yang dimiliki.

Fenomena psikologis dalam investasi semakin terlihat ketika terjadi fluktuasi pasar yang tinggi. Banyak investor muda mengambil keputusan investasi secara impulsif akibat pengaruh emosi, kepanikan, ataupun euforia pasar. Generasi Z cenderung memiliki karakteristik yang cepat dalam mengambil keputusan karena terbiasa dengan arus informasi digital yang instan. Namun, kondisi tersebut dapat menyebabkan rendahnya pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian Pompian (2012)

menyatakan bahwa bias psikologis investor dapat menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan sehingga berpotensi meningkatkan risiko kerugian investasi. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor psikologis dalam perilaku investasi menjadi penting untuk dikaji, terutama pada Generasi Z sebagai kelompok investor baru yang mendominasi perkembangan pasar investasi digital saat ini.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan investasi, namun sebagian besar masih menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada hubungan antar variabel secara statistik. Penelitian tersebut umumnya belum menggambarkan secara mendalam pengalaman subjektif investor muda dalam menghadapi tekanan psikologis saat mengambil keputusan investasi. Selain itu, penelitian yang secara khusus membahas perilaku investasi Generasi Z di Denpasar masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik sosial, budaya, dan perkembangan digital di Kota Denpasar dapat membentuk pola perilaku investasi yang berbeda dibandingkan daerah lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam bagaimana faktor psikologis memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z di Kota Denpasar.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami pengaruh faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan investasi Generasi Z di Kota Denpasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian behavioral finance, khususnya terkait perilaku investor muda di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor muda, lembaga keuangan, dan pihak terkait dalam meningkatkan literasi keuangan serta pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional dan bijaksana.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif Generasi Z dalam mengambil keputusan investasi yang dipengaruhi oleh faktor psikologis. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali secara mendalam pandangan, pengalaman, emosi, serta perilaku informan dalam aktivitas investasi yang mereka lakukan. Pendekatan kualitatif dinilai mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena psikologis yang terjadi dalam proses pengambilan keputusan investasi dibandingkan pendekatan kuantitatif yang lebih berfokus pada pengukuran statistik (Creswell 2016).

Penelitian dilaksanakan di Denpasar dengan pertimbangan bahwa Kota Denpasar merupakan salah satu wilayah perkotaan yang memiliki perkembangan teknologi digital dan akses investasi online yang cukup tinggi di Bali. Selain itu, Generasi Z di Kota Denpasar memiliki intensitas penggunaan media sosial dan platform digital yang tinggi sehingga relevan dengan fenomena investasi digital yang berkembang saat ini.

Informan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena peneliti menentukan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan yaitu Generasi Z yang berusia antara 17 hingga 27 tahun, aktif melakukan investasi pada platform digital seperti saham, reksa dana, cryptocurrency, atau emas digital, serta memiliki pengalaman dalam mengambil keputusan investasi secara mandiri. Jumlah informan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kebutuhan data dan prinsip saturasi data, yaitu ketika informasi yang

diperoleh telah menunjukkan pengulangan dan tidak ditemukan tema baru. Dalam penelitian kualitatif, fokus utama bukan pada jumlah informan, tetapi pada kedalaman informasi yang diperoleh dari proses wawancara (Sugiyono 2022).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan informan penelitian. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar peneliti tetap memiliki pedoman pertanyaan namun tetap memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih luas. Pertanyaan wawancara difokuskan pada pengalaman investasi, pengaruh emosi dalam pengambilan keputusan, pengaruh media sosial, rasa percaya diri dalam investasi, serta pengalaman menghadapi keuntungan dan kerugian investasi. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui jurnal ilmiah, buku, artikel, laporan OJK, data KSEI, dan berbagai literatur lain yang relevan dengan behavioral finance dan keputusan investasi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi secara rinci mengenai pengalaman psikologis investor muda dalam mengambil keputusan investasi. Observasi dilakukan dengan mengamati perilaku informan dalam menggunakan aplikasi investasi maupun interaksi mereka terhadap informasi investasi di media sosial. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa catatan penelitian, rekaman wawancara, serta dokumentasi aktivitas investasi yang relevan dengan penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman dan Saldaña 2014). Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan informasi penting yang diperoleh selama proses penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif untuk mempermudah pemahaman terhadap pola dan tema yang ditemukan. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan hasil penelitian berdasarkan tema-tema yang muncul terkait faktor psikologis dalam pengambilan keputusan investasi Generasi Z.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan yang memiliki pengalaman investasi berbeda, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga melakukan member check kepada beberapa informan untuk memastikan bahwa hasil interpretasi data telah sesuai dengan pengalaman yang disampaikan oleh informan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat kredibilitas dan validitas yang baik.

Hasil Dan Pembahasan

Overconfidence dalam Pengambilan Keputusan Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam mengambil keputusan investasi. Informan merasa memiliki kemampuan untuk memahami pergerakan pasar setelah memperoleh informasi dari media sosial, komunitas investasi, maupun pengalaman pribadi. Kepercayaan diri tersebut semakin meningkat ketika informan pernah memperoleh keuntungan dalam investasi sebelumnya. Salah satu informan menyampaikan:

"Awalnya saya belajar dari TikTok dan YouTube, lalu coba beli saham sendiri. Setelah sempat untung, saya jadi lebih yakin ambil keputusan tanpa terlalu banyak mikir."

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya perilaku overconfidence dimana investor merasa cukup yakin terhadap kemampuan analisis yang dimilikinya. Kondisi ini menyebabkan beberapa informan cenderung melakukan investasi berdasarkan intuisi dan keyakinan pribadi dibandingkan melakukan analisis mendalam terhadap risiko investasi. Bahkan, beberapa informan mengaku sering mengambil keputusan investasi secara cepat karena merasa sudah memahami pola pasar. Temuan ini sejalan dengan teori behavioral finance yang menyatakan bahwa investor sering kali mengalami bias psikologis berupa rasa percaya diri berlebihan sehingga mengabaikan risiko yang mungkin terjadi (Barber dan Odean 2001). Pada Generasi Z, overconfidence cenderung dipengaruhi oleh akses informasi digital yang cepat dan pengalaman keuntungan investasi dalam jangka pendek.

Herding Behavior dan Pengaruh Media Sosial

Penelitian ini menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pengambilan keputusan investasi Generasi Z. Informan mengaku sering mengikuti tren investasi yang sedang viral di media sosial maupun rekomendasi dari influencer keuangan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya herding behavior, yaitu perilaku mengikuti keputusan investor lain tanpa melakukan analisis yang mendalam. Salah satu informan menyatakan:

"Kalau ada coin atau saham yang lagi ramai dibahas di TikTok biasanya saya ikut beli karena takut ketinggalan momentum."

Informan lain juga menjelaskan:

"Kadang saya ikut rekomendasi grup Telegram karena banyak yang bilang bakal naik. Jadi lebih ikut arus saja."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keputusan investasi sering dipengaruhi oleh fenomena fear of missing out (FOMO). Informan merasa khawatir kehilangan peluang keuntungan apabila tidak mengikuti tren investasi yang sedang berkembang. Selain itu, keberadaan komunitas digital dan media sosial membentuk tekanan sosial yang secara tidak langsung memengaruhi perilaku investasi Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi investasi. Namun, ketergantungan terhadap informasi digital juga dapat menyebabkan investor mengambil keputusan secara impulsif dan kurang rasional. Kondisi tersebut sesuai dengan penelitian Kahneman dan Tversky (1979) yang menjelaskan bahwa keputusan keuangan sering dipengaruhi oleh faktor psikologis dan lingkungan sosial dibandingkan pertimbangan rasional semata.

Fear of Loss dalam Pengambilan Keputusan Investasi

Selain overconfidence dan herding behavior, penelitian ini juga menemukan adanya fear of loss atau ketakutan terhadap kerugian dalam aktivitas investasi Generasi Z. Beberapa informan mengaku mengalami kecemasan ketika nilai investasi mengalami penurunan. Ketakutan tersebut menyebabkan informan menjadi lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi berikutnya. Salah satu informan menyampaikan:

"Waktu crypto saya turun banyak, saya jadi takut investasi besar lagi. Sekarang lebih hati-hati dan sering mikir lama sebelum beli."

Informan lain juga menjelaskan:

"Kalau sudah rugi biasanya saya susah jual karena berharap harganya naik lagi."

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya loss aversion, yaitu kecenderungan individu untuk lebih takut mengalami kerugian dibandingkan keinginan memperoleh keuntungan. Ketakutan terhadap kerugian menyebabkan investor cenderung mempertahankan aset terlalu lama atau bahkan menghindari risiko investasi tertentu. Pada Generasi Z, pengalaman kerugian investasi memberikan dampak emosional yang cukup besar karena sebagian besar informan masih berada pada tahap awal pengelolaan keuangan pribadi. Temuan ini memperkuat teori prospect theory yang dikemukakan oleh Kahneman dan Tversky (1979), dimana individu cenderung lebih sensitif terhadap kerugian dibandingkan keuntungan. Dalam konteks investasi, fear of loss dapat memengaruhi rasionalitas investor dalam mengambil keputusan keuangan.

Pengaruh Emosi terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi emosional memiliki pengaruh besar terhadap perilaku investasi Generasi Z. Informan mengaku sering mengambil keputusan investasi secara impulsif ketika pasar mengalami kenaikan maupun penurunan drastis. Ketika harga aset meningkat, informan merasa terdorong untuk segera membeli karena takut kehilangan peluang keuntungan. Sebaliknya, ketika pasar mengalami penurunan, beberapa informan merasa panik dan melakukan penjualan secara terburu-buru. Salah satu informan menjelaskan:

"Kalau market lagi naik saya semangat beli karena takut telat masuk. Tapi kalau turun drastis biasanya panik dan langsung jual."

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengambilan keputusan investasi tidak sepenuhnya didasarkan pada analisis rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh emosi sesaat. Faktor emosional seperti rasa takut, panik, dan euforia pasar menjadi bagian penting dalam perilaku investasi Generasi Z. Selain itu, intensitas paparan informasi di media sosial turut memperkuat reaksi emosional investor terhadap kondisi pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku investasi Generasi Z masih sangat dipengaruhi oleh aspek psikologis dan emosional. Dalam perspektif behavioral finance, kondisi tersebut merupakan bentuk bias perilaku yang dapat menyebabkan investor mengambil keputusan investasi yang kurang optimal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi Generasi Z di Denpasar. Faktor overconfidence, herding behavior, fear of loss, dan emosi investor terbukti membentuk perilaku investasi informan dalam berbagai situasi pasar. Generasi Z sebagai kelompok digital native memiliki akses informasi investasi yang sangat luas melalui media sosial dan platform digital, namun kondisi tersebut juga meningkatkan potensi munculnya bias psikologis dalam pengambilan keputusan investasi.

Overconfidence menyebabkan investor muda cenderung terlalu percaya terhadap kemampuan analisis yang dimiliki sehingga kurang mempertimbangkan risiko investasi secara objektif. Sementara itu, herding behavior menunjukkan bahwa media sosial dan lingkungan sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk keputusan investasi Generasi Z. Selain itu, fear of loss membuat investor lebih sensitif terhadap kerugian sehingga memengaruhi keberanian dalam mengambil risiko investasi. Temuan penelitian ini memperkuat teori behavioral finance yang menyatakan bahwa keputusan investasi tidak selalu bersifat rasional karena dipengaruhi oleh faktor psikologis dan emosional investor. Dalam konteks Generasi Z, perkembangan teknologi digital dan media sosial menjadi faktor eksternal yang memperkuat munculnya bias perilaku investasi. Oleh karena itu,

peningkatan literasi keuangan dan pengendalian emosi investasi menjadi penting agar investor muda mampu mengambil keputusan investasi secara lebih rasional dan bijaksana.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi Generasi Z di Denpasar. Pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional dan analisis keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi emosional, pengalaman pribadi, lingkungan sosial, serta paparan informasi digital melalui media sosial.

Faktor overconfidence ditemukan dalam perilaku investor muda yang merasa memiliki kemampuan analisis investasi yang baik setelah memperoleh pengalaman keuntungan maupun informasi dari media sosial dan komunitas investasi. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian informan cenderung mengambil keputusan investasi secara cepat tanpa melakukan analisis risiko secara mendalam. Selain itu, herding behavior juga menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Banyak informan mengikuti tren investasi yang sedang viral karena adanya rasa takut tertinggal peluang keuntungan atau fear of missing out (FOMO). Penelitian ini juga menemukan bahwa fear of loss atau ketakutan terhadap kerugian memengaruhi perilaku investor dalam menghadapi risiko investasi. Pengalaman kerugian menyebabkan investor menjadi lebih berhati-hati, cemas, dan emosional dalam mengambil keputusan investasi berikutnya. Di samping itu, kondisi emosional seperti rasa panik, takut, dan euforia pasar terbukti memengaruhi keputusan investasi secara impulsif, terutama ketika terjadi fluktuasi harga aset yang tinggi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku investasi Generasi Z di era digital sangat dipengaruhi oleh aspek psikologis dan sosial. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan, kemampuan pengendalian emosi, serta pemahaman mengenai risiko investasi menjadi penting untuk membantu Generasi Z mengambil keputusan investasi yang lebih rasional, objektif, dan berkelanjutan. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori behavioral finance, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi investor muda, lembaga keuangan, dan peneliti selanjutnya dalam memahami perilaku investasi Generasi Z.

Daftar Pustaka

- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 261–292. <https://doi.org/10.1162/003355301556400>
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Fromlet, H. (2001). Behavioral finance—Theory and practical application. *Business Economics*, 36(3), 63–69.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Laksmi, P. A. S., & Saputra, K. A. K. (2025). Sustainable Development Goals (SDGs), Tourism, and Sustainability in Bali. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 5(3), 552–563.
- Laksmi, P. A. S., Suriani, N. N., Arjawa, I. G. W., & Saputra, K. A. K. (2026). Sustainable tourism development in the digital era: Assessing the impact of competitive strategies and community participation. *European Journal of Sustainable Development Research*, 10(2).

-
- Lutfi. (2010). The relationship between demographic factors and investment decision in Surabaya. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 13(3), 213–224.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Nofsinger, J. R. (2018). *The psychology of investing* (6th ed.). Routledge.
- Pompian, M. M. (2012). *Behavioral finance and investor types: Managing behavior to make better investment decisions*. Wiley Finance.
- Pradhana, R. W. (2018). Pengaruh financial literacy, cognitive bias, dan emotional bias terhadap keputusan investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 108–117.
- Ricciardi, V., & Simon, H. K. (2000). What is behavioral finance? *Business, Education and Technology Journal*, 2(2), 1–9.
- Saputra, K. A. K., Dewi, A. A., Laksmi, P. A. S., & Dharmawan, N. A. S. (2025). The Role of Environmental Accounting Education and Renewable Energy Adoption in Advancing Sustainable Business Practices. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 20(1), 18-35.
- Shefrin, H. (2007). *Behavioral corporate finance: Decisions that create value*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar modal: Manajemen portofolio dan investasi*. Kanisius.
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183–206. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3<183:AID-BDM318>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3<183:AID-BDM318>3.0.CO;2-F)
- Waweru, N. M., Munyoki, E., & Uliana, E. (2008). The effects of behavioral factors in investment decision-making: A survey of institutional investors operating at the Nairobi Stock Exchange. *International Journal of Business and Emerging Markets*, 1(1), 24–41. <https://doi.org/10.1504/IJBEM.2008.019243>