

EKOBISMAN

Pengaruh Overconfidence Dan Regret Aversion Bias Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening

The Influence of Overconfidence and Regret Aversion Bias on Investment Decision-Making with Financial Literacy as an Intervening Variable

Submit: Desember 2024

Review: Februari 2025

Accepted: Februari 2025

Publish: April 2025

Ilham Cahyo Akbar¹; Syamsul Bahri²; Endang Etty Merawati³

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh Overconfidence dan Regret Aversion terhadap Pengambilan Keputusan Investasi, dengan Literasi Keuangan sebagai variabel intervening pada karyawan di PT Bank Danamon Tbk. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan teknik purposive sampling, dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Overconfidence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi, mengindikasikan bahwa investor dengan tingkat kepercayaan diri tinggi cenderung lebih aktif dalam berinvestasi. Regret Aversion juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi, menunjukkan bahwa investor yang takut menyesal lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan. Regret Aversion memiliki pengaruh negatif terhadap Literasi Keuangan, sedangkan Overconfidence tidak berpengaruh signifikan terhadap Literasi Keuangan. Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan Investasi, menunjukkan bahwa investor dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih rasional. Penelitian ini memberikan implikasi bagi investor dan institusi keuangan dalam meningkatkan literasi keuangan guna mengurangi dampak bias psikologis terhadap keputusan investasi.

Kata kunci : Overconfidence, Regret Aversion, Literasi Keuangan, Pengambilan Keputusan Investasi

Abstract

This study analyzes the influence of Overconfidence and Regret Aversion on Investment Decision-Making, with Financial Literacy as an intervening variable, among employees of PT Bank Danamon Tbk. The research employs a quantitative method using the Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. Data were collected through a questionnaire using purposive sampling and analyzed with SmartPLS software. The findings reveal that Overconfidence has a positive and significant effect on Investment Decision-Making, indicating that investors with high confidence levels

¹ Universitas Pancasila; 5122221017@uniopancasila.ac.id

² Universitas Pancasila; syamsulbahri@uniopancasila.ac.id

³ Universitas Pancasila; endangetty@uniopancasila.ac.id

tend to be more active in investing. Regret Aversion also exerts a positive and significant influence on Investment Decision-Making, suggesting that investors who fear regret exercise greater caution in their decisions. Furthermore, Regret Aversion negatively affects Financial Literacy, while Overconfidence shows no significant impact on Financial Literacy. Financial Literacy positively influences Investment Decision-Making, implying that investors with strong financial understanding tend to make more rational decisions. This research offers implications for investors and financial institutions in enhancing financial literacy to mitigate the impact of psychological biases on investment decisions.

Keywords: *Overconfidence, Regret Aversion, Financial Literacy, Investment Decision-Making*

1. Pendahuluan

Investasi merupakan elemen penting dalam perencanaan keuangan individu karena membantu menjaga dan mengembangkan kekayaan guna mencapai keamanan finansial di masa depan. Melalui investasi, seseorang dapat mengantisipasi inflasi, memanfaatkan insentif pajak, serta mempersiapkan jaminan sosial di hari tua (Rose & Armansyah, 2022). Namun, dalam praktiknya, pengambilan keputusan investasi tidak selalu bersifat rasional. Banyak investor yang mengambil keputusan berdasarkan intuisi atau dorongan emosional, terutama saat pasar sedang tidak stabil atau perencanaan keuangan tidak dilakukan dengan matang (Addinpujoartanto & Darmawan, 2020).

Dalam studi perilaku keuangan (behavioral finance), terdapat dua bias psikologis yang sering memengaruhi investor, yaitu *overconfidence* dan *regret aversion*. *Overconfidence* merujuk pada kecenderungan investor untuk melebih-lebihkan kemampuan dan informasi yang dimilikinya, sehingga berani mengambil keputusan investasi yang berisiko tinggi tanpa pertimbangan yang cukup (Asri, 2015). Di sisi lain, *regret aversion* adalah kecenderungan untuk menghindari keputusan yang dapat menimbulkan penyesalan di masa depan, yang menyebabkan investor terlalu berhati-hati dan cenderung memilih strategi konservatif (Octavia et al., 2022). Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh dua bias ini terhadap keputusan investasi, seperti ditunjukkan oleh Sashikala dan Chitramani (2018), serta Ton dan Dao (2014) yang menghasilkan temuan yang bertolak belakang.

Literasi keuangan menjadi variabel penting yang berpotensi menetralkan dampak negatif dari bias perilaku. Individu dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam menilai risiko dan imbal hasil investasi (Lusardi & Mitchell, 2018). Sayangnya, sebagian besar studi terdahulu lebih banyak mengkaji hubungan langsung antara bias perilaku dan keputusan investasi, tanpa melihat secara eksplisit peran literasi keuangan sebagai variabel intervening. Hal ini menciptakan celah kajian yang penting untuk diisi, terlebih dalam konteks investor di Indonesia.

Penelitian ini dilakukan pada pegawai PT. Bank Danamon Tbk, yang memiliki akses terhadap informasi keuangan namun tetap menghadapi tantangan dalam pengambilan keputusan investasi. Hasil survei internal menunjukkan bahwa 65% pegawai belum mencapai target keuntungan investasinya, dan lebih dari 70% belum memahami konsep dasar diversifikasi portofolio secara menyeluruh. Kondisi ini menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana bias psikologis dan literasi keuangan saling berinteraksi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis pengaruh *overconfidence* dan *regret aversion* terhadap pengambilan keputusan investasi dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening.

2. Metodologi

2.1. Kerangka Berpikir

Judul penelitian yang akan dibuat yaitu pengaruh *overconfidence* dan *regret aversion* bias dalam pengambilan keputusan investasi dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening.

2.1.1. Pengaruh *Overconfidence* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Penelitian Ayang Mulyana (2020) menemukan bahwa *overconfidence* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi, karena membuat investor merasa yakin secara berlebihan dan cenderung mengambil keputusan yang lebih berisiko. Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Overconfidence* memiliki pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi.

2.1.2. Pengaruh *Regret Aversion* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Penelitian Sukmawati Sukamulja (2019) menunjukkan bahwa *regret aversion* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, karena individu dengan bias ini cenderung lebih berhati-hati dan mempertimbangkan risiko untuk menghindari penyesalan. Temuan ini didukung oleh Juliani (2022) dan Budiarto & Susanti (2017). Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2: *Regret aversion* memiliki pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi.

2.1.3. Pengaruh *Regret Aversion* terhadap Literasi Keuangan

Penelitian Hariono (2023) dan Rachmat (2020) menyimpulkan bahwa *regret aversion* bias berdampak negatif terhadap literasi keuangan karena individu cenderung menghindari informasi yang kompleks atau berisiko. Bias ini membuat mereka enggan mengeksplorasi pengetahuan keuangan yang penting untuk pengambilan keputusan investasi. Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Regret aversion* memiliki pengaruh negatif terhadap literasi keuangan.

2.1.4. Pengaruh *Overconfidence* terhadap Literasi Keuangan

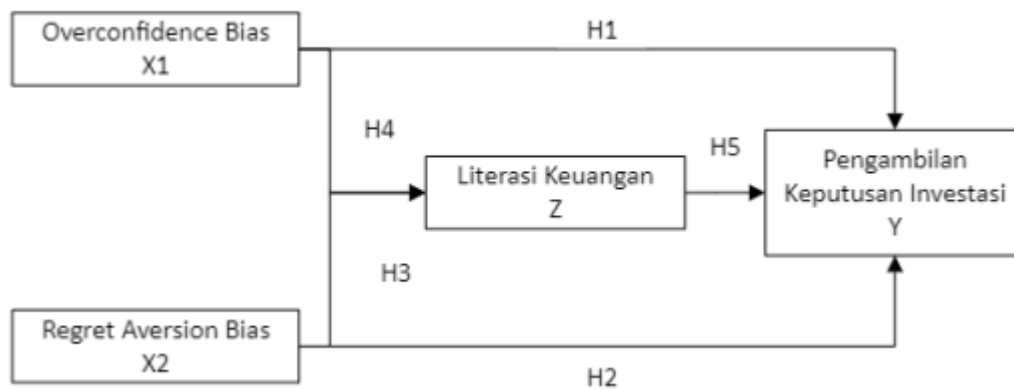
Penelitian Dewi (2024) dan Choudhary (2019) menunjukkan bahwa *overconfidence* bias mendorong individu untuk lebih percaya diri dalam pengetahuan keuangan dan aktif mengeksplorasi informasi finansial, sehingga meningkatkan literasi keuangan. Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H4: *Overconfidence* memiliki pengaruh positif terhadap literasi keuangan.

2.1.5. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi

Penelitian Rahayu (2020) dan Yildirim (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membantu investor mengelola pengaruh bias seperti regret aversion, sehingga keputusan investasi menjadi lebih rasional dan objektif. Literasi keuangan memungkinkan individu memahami risiko dan membuat alokasi aset yang bijak. Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H5: Literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi.



Sumber: Pengembangan model, 2025

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variable	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Skala
<i>Overconfidence</i> (X1) Wulandari dan Iramani (2020)	X.1.1 Kepercayaan Diri dalam Pengambilan Keputusan Investasi	a. Ketepatan pemilihan investasi	Likert	1-5
		b. Percaya dengan kemampuan diri sendiri.		
	X.1.2 Keyakinan Berdasarkan Pengetahuan	c. Percaya pada pengetahuan yang dimiliki.	Likert	1-5
		d. Keyakinan pemilihan investasi		
<i>Regret version bias</i> (X2) Budiarto & Susanti (2017)	X.2.1 Kepercayaan Diri untuk Menghindari Penyesalan	a. Penilaian ketepatan pemilihan investasi	Likert	1-5
		b. Tingkat keyakinan terhadap kemampuan dan		

Investment Decision (Y) Tandelilin, 2017	X.2.2 Pengetahuan sebagai Pencegahan Penyesalan	pengetahuan yang dimiliki c. Tingkat pengetahuan yang dimiliki d. Keyakinan dalam pemilihan investasi	Likert	1-5
	Y.1.1 Faktor Internal Investasi	a. Pengalaman kerugian b. Informasi saham c. Kualitas investasi. d. Produktivitas investasi.	Likert	1-5
	Y.1.2 Faktor Eksternal Pasar	e. Ekspektasi pasar f. Koreksi pasar g. Tingkat trading volume saham. h. Tingkat return saham	Likert	1-5
	Z.1.1 Pengetahuan dan Keterampilan Keuangan	a. Tingkat Pengetahuan Keuangan (Financial Knowledge) b. Perilaku Keuangan (Financial Behavior)	Likert	1-5
	Z.1.2 Perilaku dan Sikap Keuangan	c. Sikap Keuangan (Financial Attituted) d. Keterampilan Keuangan (Financial Skill)	Likert	1-5
	Z.1.3 Keyakinan dalam Keuangan	e. Tingkat Keyakinan Keuangan (confidence)	Likert	1-5

Sumber: Rangkuman teori, 2025

2.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang akan dibagikan kepada orang secara acak dan data sekunder diperoleh dari buku-buku dan literatur yang ada.

2.3. Metode Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM). PLS-SEM dipilih karena mampu menguji hubungan kompleks antar variabel laten, mengolah data non-normal, serta cocok untuk sampel kecil hingga menengah. Metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh *overconfidence* bias dan *regret aversion* bias terhadap keputusan investasi, dengan literasi keuangan sebagai variabel *intervening*.

Analisis dilakukan dalam dua tahap: pertama, pengujian model pengukuran (*outer model*) untuk memastikan validitas dan reliabilitas indikator melalui AVE, cross loading, dan nilai CR serta Cronbach's Alpha. Kedua, pengujian model struktural (*inner model*) dilakukan untuk menilai hubungan antar variabel laten berdasarkan nilai koefisien jalur, R-square, dan uji signifikansi dengan bootstrapping. Hasil analisis ini menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis penelitian, serta mengukur peran mediasi literasi keuangan dalam pengambilan keputusan investasi.

3. Hasil

Dalam penelitian ini, terdapat variabel independen yaitu *overconfidence* (X1), *regret aversion* (X2), variabel dependen yaitu keputusan investasi (Y) dan variabel *intervening* yaitu literasi keuangan (Z).

3.1. Responden

Analisis terhadap karakteristik responden dilakukan untuk memperoleh gambaran umum mengenai profil individu yang terlibat dalam penelitian ini. Pemahaman terhadap karakteristik ini penting karena dapat memengaruhi cara pandang, preferensi risiko, serta kemampuan pengambilan keputusan investasi responden. Penelitian ini melibatkan 101 responden yang merupakan pegawai aktif di PT Bank Danamon Tbk dan telah memiliki pengalaman dalam berinvestasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan secara daring dan luring, dengan tingkat pengembalian yang valid mencapai 100%.

Secara demografis, responden terdiri dari 58% laki-laki dan 42% perempuan, yang menunjukkan bahwa keterlibatan investasi tidak terbatas pada satu jenis kelamin saja. Sebagian besar responden berada dalam kelompok usia 26–35 tahun, yaitu sebesar 47%, yang mencerminkan bahwa kelompok usia produktif ini cenderung lebih aktif dalam aktivitas investasi. Dari sisi pendidikan, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan sarjana (S1) sebesar 72%, sementara lulusan diploma dan pascasarjana masing-masing sebesar 18% dan 10%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi dan cukup potensial dalam memahami literasi keuangan dan risiko investasi.

Sementara itu, berdasarkan pengalaman investasi, sekitar 62% responden telah memiliki pengalaman investasi lebih dari dua tahun, yang menunjukkan tingkat keterlibatan yang cukup matang dalam dunia investasi. Sisanya sebesar 38% merupakan investor pemula dengan pengalaman kurang dari dua tahun. Secara umum, karakteristik responden ini mendukung relevansi data yang dikumpulkan dalam menjelaskan variabel-variabel penelitian, yaitu *overconfidence*, *regret aversion*, literasi keuangan, dan keputusan investasi.

Tabel 2. Rangkuman Karakteristik Responden

Kategori	Keterangan	Frekuensi	Persentase
----------	------------	-----------	------------

Jenis Kelamin	Laki-laki	58	58%
	Perempuan	42	42%
Usia	< 25 tahun	12	12%
	26–35 tahun	47	47%
	36–45 tahun	31	31%
	> 45 tahun	10	10%
Pendidikan Terakhir	Diploma	18	18%
	Sarjana (S1)	72	72%
	Pascasarjana (S2/S3)	10	10%
Pengalaman Investasi	< 2 tahun	38	38%
	≥ 2 tahun	62	62%

3.2. Analisis

3.2.1 Uji analisis Outer Model

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam mengestimasi model yang kompleks, khususnya pada penelitian yang bersifat prediktif dan eksploratif serta cocok untuk data dengan distribusi non-normal. Model dalam penelitian ini terdiri dari variabel overconfidence bias, regret aversion bias, literasi keuangan, dan keputusan investasi, dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening. Evaluasi model SEM diawali dengan pengujian outer model untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk, dilanjutkan dengan evaluasi inner model untuk menguji hubungan antar konstruk laten dalam model struktural.

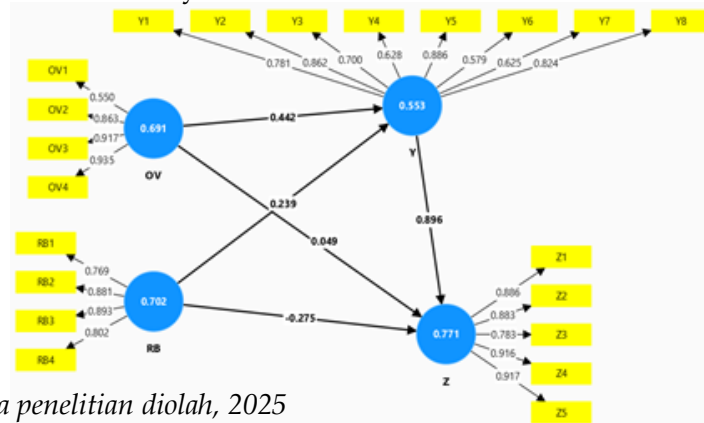
Table 3 hasil pengujian validitas

VARIABLE	ITEM	OUTER LOADINGS	KETERANGAN
OV	OV1-OV	0,55	Valid
	OV2-OV	0,86	Valid
	OV3-OV	0,92	Valid
	OV4-OV	0,94	Valid
	RB1-RB	0,77	Valid
RB	RB2-RB	0,88	Valid
	RB3-RB	0,89	Valid
	RB4-RB	0,80	Valid
	Y1-Y	0,78	Valid
Y	Y2-Y	0,86	Valid
	Y3-Y	0,70	Valid
	Y4-Y	0,62	Valid
	Y5-Y	0,89	Valid
	Y6-Y	0,58	Valid
	Y7-Y	0,63	Valid
	Y8-Y	0,82	Valid
	Z1-Z	0,89	Valid
Z	Z2-Z	0,88	Valid
	Z3-Z	0,78	Valid

Z4-Z	0,92	Valid
Z5-Z	0,92	Valid

Sumber: Data hasil kuesioner yang diolah, 2025

Evaluasi outer model dilakukan melalui pengujian validitas konvergen dan diskriminan, serta uji reliabilitas konstruk. Validitas konvergen diukur melalui nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Hasil pengujian outer loading menunjukkan bahwa sebagian besar indikator memiliki nilai di atas 0.7, seperti OV2 (0.863), OV3 (0.917), dan OV4 (0.935) pada konstruk overconfidence bias, serta RB2 (0.881), RB3 (0.893), dan RB4 (0.802) pada konstruk regret aversion bias. Meskipun demikian, terdapat beberapa indikator seperti OV1 (0.550), Y4 (0.628), Y6 (0.579), dan Y7 (0.625) yang memiliki nilai di bawah 0.7. Namun, karena penelitian ini bersifat eksploratif, indikator-indikator tersebut masih dipertahankan mengingat kontribusi teoritisnya terhadap pengukuran konstruk. Sementara itu, hasil AVE menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai di atas 0.5, yakni overconfidence bias (0.691), regret aversion bias (0.702), literasi keuangan (0.771), dan keputusan investasi (0.553), yang berarti validitas konvergen terpenuhi dan setiap konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya.



Sumber: Data penelitian diolah, 2025

Gambar 3. Model PLS

Validitas diskriminan diuji dengan metode Fornell-Larcker Criterion. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya. Misalnya, konstruk literasi keuangan memiliki nilai korelasi tertinggi dengan dirinya sendiri (0.878) dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain, menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki keunikan dan mampu dibedakan dengan konstruk lain dalam model. Selain itu, hasil cross-loading juga memperkuat validitas diskriminan, di mana setiap indikator memiliki loading tertinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya.

Table 4 hasil pengujian reabilitas

VARIABLE	CRONBACH ALPHA	COMPOSITE REABILITY	KETERANGAN
OV	0,86	0,91	Reliable
RB	0,859	0,882	Reliable
Y	0,88	0,899	Reliable
Z	0,925	0,936	Reliable

Sumber: Data penelitian diolah, 2025

Pengujian reliabilitas konstruk dilakukan melalui nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha. Hasil menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha di atas 0.7. Sebagai contoh, overconfidence bias memiliki nilai Composite Reliability sebesar 0.910 dan Cronbach's Alpha sebesar 0.860, regret aversion bias sebesar 0.882 dan 0.859, keputusan investasi sebesar 0.899 dan 0.880, serta literasi keuangan sebesar 0.936 dan 0.925. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model memiliki reliabilitas internal yang sangat baik dan dapat diandalkan sebagai alat ukur.

Tabel 5 Nilai R Square Setiap Variable

Variabel	R-Square (R ²)	R-Square Adjusted	Interpretasi
Y (Keputusan Investasi)	0.434	0.415	Moderat
Z (Literasi Keuangan)	0.608	0.588	Kuat

Sumber: Data penelitian diolah, 2025

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, langkah selanjutnya adalah pengujian model struktural atau inner model. Pengujian ini bertujuan untuk menilai kekuatan hubungan antar konstruk laten dalam model dan menguji signifikansi pengaruh antar variabel. Salah satu indikator penting dalam inner model adalah nilai R-square (R²), yang mencerminkan kemampuan prediktif variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai R² untuk keputusan investasi (Y) adalah 0.434, yang berarti 43.4% varians keputusan investasi dapat dijelaskan oleh overconfidence dan regret aversion bias, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai R² ini termasuk kategori sedang. Untuk literasi keuangan (Z), nilai R² sebesar 0.608 menunjukkan bahwa 60.8% varians dalam literasi keuangan dapat dijelaskan oleh dua bias psikologis tersebut, dan termasuk dalam kategori kuat. Nilai adjusted R² juga menunjukkan kestabilan model, yakni 0.415 untuk keputusan investasi dan 0.588 untuk literasi keuangan.

Hasil ini memperlihatkan bahwa overconfidence dan regret aversion bias memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap literasi keuangan, dan pada gilirannya, literasi keuangan turut memengaruhi kualitas pengambilan keputusan investasi. Hal ini menunjukkan pentingnya peran literasi keuangan sebagai variabel intervening yang mampu menetralkan efek negatif dari bias psikologis dalam proses pengambilan keputusan keuangan. Dengan demikian, model yang dihasilkan dari penelitian ini dinyatakan layak secara empiris untuk digunakan dalam menguji pengaruh bias perilaku terhadap keputusan investasi melalui literasi keuangan pada pegawai PT Bank Danamon Tbk.

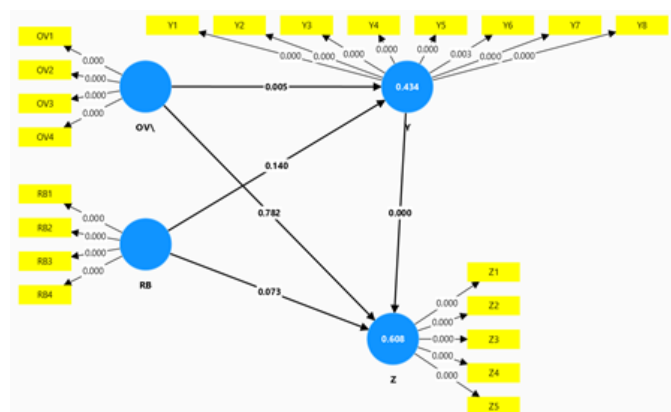
Table 4. hasil pengujian effect size (f²)

Variable	Keputusan Investasi (Y)	Literasi Keuangan (Z)
Overconfidence (X1)	0,39	0,43

Regret Aversion Bias (X2)	0,39	0,4
Keputusan Investasi (Y)		0,178

Sumber: Data penelitian diolah, 2025

Selain mengevaluasi validitas dan reliabilitas model, analisis PLS-SEM juga mencakup pengujian *effect size* (f^2) untuk menilai kontribusi masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model. Nilai f^2 memberikan gambaran apakah penghapusan suatu variabel akan berdampak secara substansial terhadap konstruk yang dipengaruhi. Berdasarkan interpretasi Cohen (1998) dalam Ghazali dan Latan (2015), nilai f^2 sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 atau lebih menunjukkan pengaruh besar. Hasil pengujian menunjukkan bahwa overconfidence dan regret aversion bias masing-masing memiliki *effect size* sebesar 0,39 terhadap keputusan investasi dan 0,43 serta 0,40 terhadap literasi keuangan, yang mengindikasikan pengaruh besar. Sementara itu, keputusan investasi memiliki *effect size* sebesar 0,178 terhadap literasi keuangan yang berada dalam kategori sedang. Temuan ini memperkuat bahwa kedua bias perilaku memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perubahan dalam literasi keuangan dan pengambilan keputusan investasi.



Sumber: Data penelitian diolah, 2025

Gambar 4. Hasil Bootstrapping Menggunakan PLS

Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis *bootstrapping* untuk mendapatkan nilai *t-statistic* dan *p-value* dari setiap hubungan antar variabel. Dalam konteks ini, hipotesis diterima jika *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05. Hasil pengujian menunjukkan bahwa overconfidence memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,442, *t-statistic* 2,783, dan *p-value* 0,0005. Hal ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat overconfidence, semakin besar kecenderungan individu untuk melakukan keputusan investasi, meskipun terkadang diwarnai dengan penilaian yang terlalu percaya diri.

Sebaliknya, *overconfidence* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap literasi keuangan (*path coefficient* = 0,049; *t* = 0,277; *p* = 0,782), mengimplikasikan bahwa kepercayaan diri yang berlebihan tidak selalu mencerminkan tingkat literasi keuangan yang tinggi.

Sementara itu, keputusan investasi memiliki pengaruh sangat kuat dan signifikan terhadap literasi keuangan (*path coefficient* = 0,896; *t* = 15; *p* = 0,0005), yang menunjukkan bahwa keterlibatan dalam aktivitas investasi secara aktif berkontribusi besar terhadap peningkatan wawasan dan kemampuan pengelolaan keuangan individu.

3.2.2 Analisis inner model

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji kekuatan hubungan dan signifikansi pengaruh antar konstruk, meliputi analisis koefisien jalur, nilai R-square, effect size, serta uji signifikansi (*t-statistic* dan *p-value*) melalui teknik *bootstrapping*.

1. Pengaruh *Overconfidence* terhadap Keputusan Investasi
Berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,442$; $t = 2,783$; $p = 0,0005$). Temuan ini sejalan dengan *Behavioral Finance Theory* dan penelitian Barber & Odean (2001), yang menunjukkan bahwa investor overconfident cenderung melakukan transaksi lebih banyak dan mengambil risiko yang lebih tinggi karena optimisme berlebihan.
2. Pengaruh *Regret Aversion* terhadap Keputusan Investasi
Berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,239$; $t = 1,976$; $p = 0,014$). Hasil ini mendukung *Prospect Theory* (Kahneman & Tversky, 1979), serta penelitian Zeelenberg & Pieters (2007), yang menunjukkan bahwa rasa takut terhadap penyesalan dapat mendorong keputusan investasi yang selektif dan hati-hati.
3. Pengaruh *Regret Aversion* terhadap Literasi Keuangan
Berpengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,275$; $t = 1,991$; $p = 0,007$). Temuan ini memperkuat pendapat Pompian (2012) dan Lusardi & Mitchell (2014), yang menyatakan bahwa ketakutan terhadap kerugian atau pengalaman negatif masa lalu dapat menghambat minat untuk memperdalam literasi keuangan. Lusardi dan Mitchell (2014), yang mengindikasikan bahwa ketakutan terhadap penyesalan membuat individu cenderung pasif dalam memperdalam pemahaman finansial mereka.
4. Pengaruh *Overconfidence* terhadap Literasi Keuangan
Tidak berpengaruh signifikan ($\beta = 0,049$; $t = 0,277$; $p = 0,782$). Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan diri yang berlebihan tidak selalu mencerminkan tingkat literasi yang baik, mendukung konsep *illusion of knowledge* (Kruger & Dunning, 1999).
5. Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Literasi Keuangan
Berpengaruh sangat kuat dan signifikan ($\beta = 0,896$; $t = 15$; $p = 0,000$). Ini menunjukkan bahwa keterlibatan langsung dalam aktivitas investasi berkontribusi besar terhadap peningkatan pemahaman finansial, sejalan dengan temuan Lusardi & Mitchell (2014) dan Van Rooij et al. (2011).

4. Pembahasan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dibuktikan pada hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis mendapati beberapa hasil penelitian diantaranya sebagai berikut:

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pengambilan keputusan investasi oleh pegawai PT Bank Danamon Tbk tidak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh faktor psikologis, khususnya **overconfidence** dan **regret aversion bias**. Temuan ini mendukung pendekatan *behavioral finance*, di mana keputusan keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh perhitungan rasional terhadap risiko dan

return, tetapi juga oleh emosi, persepsi, serta pengalaman masa lalu (Kahneman & Tversky, 1979; Budiarto, 2019).

Analisis menunjukkan bahwa overconfidence memiliki **pengaruh positif dan signifikan** terhadap keputusan investasi ($\beta = 0,442$; $t = 2,783$; $p = 0,0005$). Investor yang merasa memiliki informasi atau kemampuan lebih unggul cenderung lebih aktif mengambil keputusan investasi, bahkan cenderung spekulatif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Barber dan Odean (2001), yang menyatakan bahwa investor overconfident cenderung melakukan lebih banyak transaksi, walaupun tidak selalu berdasarkan analisis yang matang.

Regret aversion bias juga berpengaruh **positif dan signifikan** terhadap keputusan investasi ($\beta = 0,239$; $t = 1,976$; $p = 0,014$). Ketakutan akan rasa penyesalan mendorong investor untuk bersikap lebih hati-hati, namun tetap mengambil keputusan investasi. Bias ini mendorong pola pengambilan keputusan yang konservatif dan selektif, seperti yang dijelaskan oleh *Prospect Theory* (Kahneman & Tversky, 1979) dan penelitian Zeelenberg & Pieters (2007).

Sebaliknya, regret aversion bias memiliki **pengaruh negatif dan signifikan** terhadap literasi keuangan ($\beta = -0,275$; $t = 1,991$; $p = 0,007$). Semakin tinggi tingkat bias ini, semakin rendah kecenderungan individu untuk mempelajari dan memahami informasi keuangan yang kompleks. Hal ini sejalan dengan Pompian (2012) dan Rachmat & Syahrina (2020), yang menunjukkan bahwa individu dengan regret aversion tinggi cenderung menghindari paparan informasi yang berpotensi menimbulkan ketidaknyamanan atau kegagalan evaluasi diri.

Overconfidence tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap literasi keuangan ($\beta = 0,049$; $t = 0,277$; $p = 0,782$). Hal ini mendukung argumen Choudhary & Singh (2019) bahwa kepercayaan diri tinggi dalam investasi tidak selalu berasal dari pengetahuan objektif, melainkan bisa merupakan efek dari *illusory superiority* atau keberhasilan masa lalu yang tidak dikaji secara kritis.

Temuan paling kuat menunjukkan bahwa keputusan investasi memiliki **pengaruh sangat signifikan terhadap literasi keuangan** ($\beta = 0,896$; $t = 15$; $p = 0,000$). Ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung dalam investasi menjadi sarana efektif untuk meningkatkan pemahaman keuangan, sebagaimana disampaikan oleh Lusardi & Mitchell (2014) serta Yildirim & Saygin (2021).

Selain uji signifikansi, hasil pengujian effect size (f^2) menunjukkan bahwa overconfidence dan regret aversion masing-masing memiliki efek besar terhadap keputusan investasi ($f^2 = 0,39$) dan literasi keuangan ($f^2 = 0,43$ untuk overconfidence dan $0,40$ untuk regret aversion). Sementara itu, keputusan investasi terhadap literasi keuangan memiliki efek sedang ($f^2 = 0,178$). Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi kedua bias terhadap variabel-variabel lainnya cukup substansial, dan bahwa literasi keuangan bukan hanya hasil dari pendidikan formal, tetapi juga merupakan hasil dari pengalaman dan proses pengambilan keputusan keuangan secara langsung.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi lembaga keuangan, terutama dalam merancang **program literasi keuangan**. Modul edukasi sebaiknya mempertimbangkan kecenderungan psikologis nasabah, termasuk rasa takut gagal (*regret*) maupun kepercayaan diri berlebihan. Pendekatan interaktif dan berbasis studi kasus nyata sangat dianjurkan (Andreani, 2013; Keller & Armstrong, 2021).

Dari sisi praktis, hasil ini juga memberikan implikasi penting bagi institusi keuangan, khususnya perbankan seperti PT Bank Danamon Tbk. Edukasi keuangan perlu dirancang dengan mempertimbangkan kecenderungan psikologis nasabah, tidak hanya berfokus pada penyampaian materi teknis. Sebagai contoh, modul pelatihan investasi bisa dikembangkan secara interaktif dan dikaitkan dengan studi kasus nyata yang menonjolkan risiko regret atau kepercayaan diri berlebih. Hal ini sejalan dengan rekomendasi dari Andreani (2013) dan Keller & Armstrong (2021), yang menyatakan bahwa strategi pemasaran dan edukasi yang efektif perlu menyentuh sisi emosional dan persepsi individu agar lebih mudah diterima dan diinternalisasi.

Terakhir, peningkatan literasi keuangan melalui aktivitas investasi secara langsung berkontribusi terhadap **inklusi keuangan**. Individu yang melek finansial lebih tangguh menghadapi risiko, lebih kritis terhadap informasi pasar, dan lebih rasional dalam menilai promosi digital, termasuk dalam era pengaruh *brand ambassador* dan konten viral (Widyastuti & Ganesan, 2024; Baharudinsyah, 2023; Maulidiyah, 2021).

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM), dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengambilan keputusan investasi oleh pegawai PT Bank Danamon Tbk dipengaruhi secara signifikan oleh faktor psikologis dan kognitif, yaitu *overconfidence* dan *regret aversion bias*.
2. *Overconfidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi rasa percaya diri individu, semakin besar kecenderungannya untuk berinvestasi.
3. *Regret aversion bias* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, menandakan bahwa rasa takut terhadap penyesalan dapat memotivasi individu untuk lebih berhati-hati dan selektif dalam mengambil keputusan investasi.
4. Sebaliknya, *regret aversion bias* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap literasi keuangan, yang berarti ketakutan terhadap risiko dan penyesalan dapat menurunkan minat individu untuk mempelajari aspek keuangan lebih dalam.
5. *Overconfidence* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap literasi keuangan, sehingga kepercayaan diri berlebih tidak selalu mencerminkan tingkat pemahaman finansial yang tinggi.
6. Keputusan investasi memiliki pengaruh sangat kuat dan signifikan terhadap literasi keuangan, mengindikasikan bahwa keterlibatan aktif dalam aktivitas investasi berkontribusi besar terhadap peningkatan pengetahuan dan pemahaman keuangan individu.

Daftar Pustaka

- Agus Sriyanto, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kasus Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur). *Jurnal Ecodemica*. Volume 1, Nomor 2., 210-223.
- Andika, M. H. (2023). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE . Universitas Negeri Hasanuddin.

- Andreani, F. (2013). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Anggraini, B. Y. (2021). Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Lee Min Ho Pada Tampilan Video Promosi “Lazada 11.11 Diskon Terbesar Satu Hari” di Kanal Youtube Lazada Indonesia Terhadap Brand Awareness Lazada Indonesia. Universitas Atma Jaya, 18.
- Antika, A. (2023). Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop. Jurnal Sadewa : Publikasi Ilmu Pendidikan, Pembelajaran dan Ilmu Sosial, e-ISSN: 3021-7369; p-ISSN: 3021-7377, Hal 11-22.
- Armstrong, K. (2016). Marketing An Introduction Edisi 13,. USA: Perason Education Bernarto, Patricia. .
- BAHARUDINSYAH, F. A. (2023). PENGARUH CONTENT MARKETING, BRAND AMBASSADOR, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN BRAND FASHION MATERNAL DISASTER DI KOTA MALANG. PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG.
- Brogan. (2010). Sosial Media 101: Tactics and Tips to Develop your Business Online. London: Jhon Wiley & Sons.
- Budiarto, A. (2019). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, OVERCONFIDENCE, REGRET AVERSION BIAS, DAN RISK TOLERANCE TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (Studi pada investor PT. Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi BEI Universitas Negeri Surabaya). Association For Information System – Indonesia Chapter (AISINDO)., 1-14.
- Chandra, K. (2021). PENGARUH IKLAN SOSIAL MEDIA TIKTOK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAYBELLINE . Universitas Negeri Lampung, 4-5.
- Choudhary, S. &. (2019). Impact of Overconfidence Bias on Financial Literacy and Investment Decisions among University Students. Journal of Behavioral Finance.
- Dewi, F. S. (2024). Pengaruh Informasi Akuntansi Dan Overconfidance Terhadap Keputusan Investasi Saham Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening. SEIKO : Journal of Management & Business ISSN : 2598-831X (Print) and ISSN : 2598-8301, 425 - 438.
- EkaPrasetyo, P. (2016). BRAND AMBASSADORDAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRAMEREK (STUDI KASUS PADA XL AXIATA DI PELAJAR DAN MAHASISWAYOGYAKARTA). JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.
- Ganesan, S. (2009). Determinants of longterm orientation in buyer-seller relationships. Journal of Marketing Vol. 58,, 1-19.
- Hariono, M. W. (2023). Pengaruh Bias Perilaku terhadap Pengambilan Keputusan Irasional dengan Financial Literacy sebagai Pemoderasi. Samudra Ekonomi dan Bisnis Volume 14 P-ISSN 2089-1989 , 1-14.
- IRA RAHMADANIA PUTRI. (2020). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, OVERCONFIDENCE, REGRET AVERSION BIASDAN RISK TOLERANCE TERHADAP INVESTMENT DECISIONDI KOTA BATAM. JURNAL ILMIAH MAKSITEK SSN. 2655-4399, 95-102.
- Keller, K. a. (2021). Marketing Management. England: Pearson Education.
- Mahardhika, M. D. (2023). Pengaruhoverconfidence, risk tolerance, return, financial literacy, financial technologyterhadap keputusan investasi. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 11 Nomor 3, 602-613.
- Maulidiyah, R. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Content Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Sabun Pemutih Gluta Collagen Soap. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 10–27.

- Meifitri, M. (2020). Fenomena Influencer Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru di Kalangan Generasi Zoomer. *Komunikasiana*, P-ISSN: 2654-4695.
- Muhammad Munsarif, A. A. (2022). https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Digital_Marketing_untuk_Bisnis/7QmhEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0&kptab=overview . Retrieved from *Strategi Digital Marketing untuk Bisnis Digital* (M. J. F. S. Janner Simarmata (ed.)). Yayasan Kita Menulis. .
- Mulyana, A. (2023). Gender memoderasi Overconfidence dan Risk Tolerance dalam Keputusan Investasi di Pasar Modal. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 12, Nomor 1, 92-99.
- Nursalimah, E. (2022). Pengaruh Regret Aversion Bias Dan Overconfidence Terhadap Pengambilan Keputusan. *Research Business and Economics Studies* Volume 3 P-ISSN: 2798-3935, E-ISSN: 2798-401X, 63-77.
- Peter, P. (2015). *Consumer Behavior*. Jakarta: Erlangga.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rachmat, S. &. (2020). Pengaruh Bias Regret Aversion dan Optimisme terhadap Literasi Keuangan di Kalangan Milenial. Depok: Universitas Indonesia.
- Rahayu, S. d. (2020). Pengaruh Regret Aversion Bias terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Business and Banking*, 23-45.
- Ramadhan, D. G. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (PadaStudi Kasus Arief Muhammad Sebagai Brand Ambassador) *Erigo. e-Proceeding of Management* : Vol.9, No.4 , 2100.
- Remares Rizqia Luthfiana, D. P. (2021). Pengaruh Overconfidence dan Financial Literacy sebagai Variabel Intervening terhadap Keputusan Investasi Investor di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 23-33.
- Sagia, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean
- Widyastuti, K. G. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Overconfidence Bias, Loss Aversion Bias, Dan Herding Bias Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 309-318.
- Yildirim, S. &. (2021). Financial Literacy and Investment Behavior Among Young Adults: A Case Study in Emerging Markets". *Journal of Financial Counseling and Planning*.
- Daftar pustaka minimal 25 buah dimana salah satunya harus mengutip dari yang ada di EKOBISMAN: *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*.
- Bonface, A., Malenya, A. A., & Musiega, D. D. (2015). Effect of Managerial Expertise on Organizational Performance of Investment Banks in Kenya: A case Study of Old Mutual Acquisition of Faulu Kenya Micro-Enterprise. *International Journal of Business and Management Invention*, 4(4), 38-54.
- Giusti, G., Kustono, A. S., & Effendi, R. (2018). Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial dengan Komitmen Organisasi dan Motivasi Sebagai Variabel Intervening. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 5(2), 121-128.