

ABSTRAK

Kemajuan ilmu pengetahuan terapan digital yang cepat membuat akses informasi menjadi semakin cepat dan mudah. Salah satu dampaknya adalah generasi muda mulai terdorong untuk terlibat dalam berbagai aktivitas seperti investasi. Minat generasi muda pada investasi ini berdampak positif bagi pertumbuhan pasar modal. Namun, di balik manfaat baik tersebut, media sosial juga membawa dampak negatif karena informasi yang begitu cepat tersebar. Dampak dari kemudahan informasi sosial media ini adalah munculnya fenomena FOMO dalam berinvestasi khususnya pada generasi Z. Ada beberapa hal yang mempengaruhi keputusan dalam berinvestasi, seperti bias *overconfidence*, heuristik, dan efek disposisi.

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara sentimen investor dan bias perilaku, seperti heuristik, *overconfidence*, dan efek disposisi terhadap keputusan investasi para investor individu generasi Z di Jawa Barat, serta apakah bias *overconfidence* dan efek disposisi memediasi heuristik dan keputusan investasi para investor tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian ini terdiri dari 400 subjek penelitian investor individu di Jawa Barat. Informasi yang diperoleh nantinya dievaluasi dengan menggunakan metode SEM PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bias heuristik, *overconfidence*, dan efek disposisi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Bias *overconfidence* dan efek disposisi juga secara signifikan memediasi hubungan antara bias heuristik dan keputusan investasi. Selain itu, bias *overconfidence* dan efek disposisi secara bersama-sama secara signifikan memediasi hubungan antara bias heuristik dan keputusan investasi para investor generasi Z di Jawa Barat.

Kata Kunci : Heuristik, *Overconfidence* , Efek Disposisi, Keputusan Investasi