

**THE EFFECT OF FEAR OF MISSING OUT (FOMO) BEHAVIOR AND THE
ROLE OF INFLUENCERS ON INVESTOR SATISFACTION AND STOCK
INVESTMENT DECISIONS AT RASHID HUSSEIN BANK (RHB) SECURITIES
IN PEKANBARU**

**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) BEHAVIOR DAN PERAN
INFLUENCER TERHADAP KEPUASAN INVESTOR DAN KEPUTUSAN
INVESTASI SAHAM PADA RASHID HUSSEIN BANK (RHB) SEKURITAS DI
PEKANBARU**

Deffandi Nasrul

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Riau

deffandinasrul@gmail.com

ABSTRACT

Investment decisions involve allocating capital to assets with the goal of generating future profits, yet these decisions are not always rational. While rational investors analyze risks and returns, many rely on heuristics, past performance, or peer influence, leading to biases such as Fear of Missing Out (FOMO). Such biases can distort judgment and increase risk-taking. This study analyzes the impact of FOMO behavior and influencers on investor satisfaction and stock investment decisions at RHB Securities in Pekanbaru. Using a quantitative approach, purposive sampling was applied to select 154 respondents who met criteria such as residing in Pekanbaru, being at least 20 years old, and having invested in stocks through RHB Securities. Data were tested statistically to evaluate hypotheses regarding behavioral and external influences on decision-making. Findings reveal that FOMO significantly enhances investor satisfaction and positively influences stock investment decisions, as investors motivated by emerging opportunities actively seek information and engage in trading. Influencers also play a crucial role, boosting trust, communication, and awareness of investment options, thereby improving investor satisfaction and decision quality. Furthermore, satisfied investors are more likely to reinvest, demonstrating that satisfaction mediates the relationship between influencers and investment choices. These results highlight the behavioral and social dynamics shaping stock investment decisions in Pekanbaru..

Keywords: *Fear of Missing Out (FOMO) Behavior, Role of Influencers, Investor Satisfaction and Stock Investment Decisions*

ABSTRAK

This study analyzes the impact of FOMO behavior and influencers on investor satisfaction and stock investment decisions at RHB Securities in Pekanbaru. Using a quantitative approach, purposive sampling was applied to select 154 respondents who met criteria such as residing in Pekanbaru, being at least 20 years old, and having invested in stocks through RHB Securities. Data were tested statistically to evaluate hypotheses regarding behavioral and external influences on decision-making. Findings reveal that FOMO significantly enhances investor satisfaction and positively influences stock investment decisions, as investors motivated by emerging opportunities actively seek information and engage in trading. Influencers also play a crucial role, boosting trust, communication, and awareness of investment options, thereby improving investor satisfaction and decision quality. Furthermore, satisfied investors are more likely to reinvest, demonstrating that satisfaction mediates the relationship between influencers and investment choices. These results highlight the behavioral and social dynamics shaping stock investment decisions in Pekanbaru.

Kata Kunci: *Fear Of Missing Out (FOMO) Behavior, Peran Influencer, Kepuasan Investor Dan Keputusan Investasi Saham*

PENDAHULUAN

Keputusan investasi merupakan proses penentuan alokasi modal pada

satu atau lebih aset dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan. Investor dapat bersikap rasional dengan

mempertimbangkan risiko dan return (Markowitz, 2022; Asmilia, 2019), namun kenyataannya tidak semua keputusan didasarkan pada analisis fundamental, melainkan dipengaruhi emosi, pengalaman, atau perilaku heuristik (Aror, 2018; Sakir, 2018). Penelitian Ritter (2019) menunjukkan bahwa investor kerap melakukan kesalahan sistematis dalam pengambilan keputusan. Selain itu, faktor eksternal seperti perubahan harga, tren saham, dan informasi pasar juga memengaruhi keputusan investasi (Waweru et al., 2018). Pertumbuhan jumlah investor di Indonesia yang meningkat signifikan dari 7,4 juta pada 2021 menjadi 15,6 juta pada 2024 (KSEI, 2025) menunjukkan bahwa minat investasi semakin tinggi, namun kualitas keputusan investasi masih perlu ditingkatkan.

Salah satu faktor psikologis yang berpengaruh adalah fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu rasa takut tertinggal dari tren investasi sehingga mendorong perilaku herding dan keputusan impulsif (Bylski et al., 2018). Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi (Murjana & Ni Kadek, 2022; Susanto, 2023), meskipun ada pula temuan yang menyatakan tidak signifikan (Humaira, 2022). FOMO sering dipicu oleh paparan media sosial yang memperkuat kebutuhan untuk selalu terhubung dan mengikuti tren populer, sehingga dapat menimbulkan kecemasan dan mendorong keputusan investasi tanpa analisis mendalam (Wijaya, 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa aspek psikologis memiliki kontribusi besar dalam perilaku investor di pasar modal modern.

Selain faktor psikologis, influencer di media sosial juga berperan penting dalam membentuk opini dan

keputusan investasi. Influencer saham mampu memberikan edukasi, motivasi, dan informasi terkait pasar modal (Fauzianti & Retnosari, 2022; Marketbisnis.com, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa influencer berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal (Pratiwi, 2020; Zahida, 2021; Furwanti, 2020), meskipun ada penelitian yang menemukan hasil berbeda (Purboyo et al., 2019). Pengaruh ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa norma subjektif, termasuk opini influencer, dapat memengaruhi minat berinvestasi (Marwick, 2013). Dengan demikian, kepuasan investor, FOMO, dan peran influencer merupakan faktor kunci yang saling terkait dalam menentukan kualitas keputusan investasi di pasar modal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode explanatory research untuk menjelaskan pengaruh FOMO behavior dan peran influencer terhadap kepuasan investor serta keputusan investasi saham pada RHB Sekuritas Pekanbaru. Lokasi penelitian dilakukan di kantor RHB Sekuritas Pekanbaru pada tahun 2025, dengan data primer diperoleh melalui kuesioner, wawancara, dan observasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen perusahaan dan literatur terkait. Populasi penelitian adalah seluruh investor saham RHB Sekuritas Pekanbaru dengan jumlah sampel 154 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling sesuai kriteria tertentu. Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur tanggapan responden. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS)

melalui SmartPLS 4.0 untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan antarvariabel, dan pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping berdasarkan nilai t-statistik dan p-value (Sugiyono, 2016; Latan & Ghozali, 2016).

TINJAUAN LITERATUR

Behavioral Finance

Behavioral finance merupakan teori yang menjelaskan bahwa investor tidak selalu bertindak rasional dalam pengambilan keputusan investasi, melainkan dipengaruhi oleh faktor psikologis, emosional, dan keterbatasan rasionalitas (Aristiwati & Hidayatullah, 2021; Hirshleifer, 2022). Investor kerap kali membuat keputusan keliru karena bias kognitif, heuristik, maupun dorongan emosional yang menyebabkan pasar menjadi tidak efisien (Nurbarani & Soepriyanto, 2022). Teori ini muncul dari gabungan konsep psikologi dan ekonomi untuk memahami bagaimana preferensi individu, keterlibatan emosi, serta fenomena psikologis berpengaruh pada perilaku keuangan dan keputusan investasi (Barberis & Thaler, 2003; Bangun, 2020). Dengan demikian, *behavioral finance* menekankan bahwa pola pikir, kondisi psikologis, dan persepsi investor merupakan aspek penting dalam memahami dinamika pasar modal.

Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah proses penentuan penanaman modal yang memiliki konsekuensi jangka panjang, sering dikaitkan dengan *capital budgeting*, yang menuntut pertimbangan matang terhadap risiko dan return (Schiffman & Kanuk, 2016; Sutrisno, 2019). Investor kerap mengalami kebingungan dalam menentukan instrumen investasi akibat keterbatasan informasi, sementara keputusan

investasi sendiri dipengaruhi oleh faktor rasional seperti informasi dan analisis, maupun faktor irasional seperti emosi dan pengalaman (Manurung, 2006; Ariffin, 2018). Pada praktiknya, keputusan investasi juga terkait dengan perilaku pembelian ulang, minat beli, serta evaluasi pengalaman investasi sebelumnya yang dapat meningkatkan atau menurunkan niat investor untuk berinvestasi kembali (Mowen & Minor, 2014; Hellier et al., 2022). Dengan demikian, keputusan investasi mencerminkan interaksi antara faktor ekonomi, psikologis, dan perilaku konsumen dalam menentukan alokasi dana secara optimal.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi

Keputusan investasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari aspek psikologis seperti FOMO (fear of missing out) yang mendorong investor bertindak impulsif, hingga peran influencer saham yang dapat membentuk opini publik tentang suatu instrumen investasi (Hellier et al., 2022). Kepuasan investor juga menjadi faktor penting karena pengalaman positif dapat mendorong investasi berulang. Menurut Kotler & Armstrong (2020), faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memengaruhi perilaku pembelian yang juga berlaku pada investasi. Selain itu, teori *planned behavior* Ajzen (2021) menambahkan bahwa sikap individu, norma subjektif, serta kontrol perilaku memengaruhi intensi berinvestasi. Faktor-faktor individu (sikap, kepribadian, nilai, emosi), sosial (kelompok, keluarga, status), informasi (pengetahuan, pengalaman, media), dan kondisi ekonomi saling berinteraksi dalam menentukan keputusan investasi. Dengan demikian, keputusan investasi bukan hanya hasil pertimbangan

rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh dinamika sosial-psikologis dan faktor eksternal lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Discriminant Validity

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Validitas diskriminan (*discriminant validity*) merujuk kepada derajat ketidaksesuaian antara atribut-atribut yang seharusnya tidak diukur oleh alat ukur dan konsep-konsep teoretis tentang variabel tersebut. Discriminant Validity dari model pengukuran refleksif dapat dihitung berdasarkan nilai *cross loading*

dari variabel manifes terhadap masing-masing variabel laten. Jika korelasi antara variabel laten dengan setiap indikatornya (*variabel manifes*) lebih besar daripada korelasi dengan variabel laten lainnya, maka variabel laten tersebut dapat dikatakan memprediksi indikatornya lebih baik daripada variabel laten lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap loading dari setiap indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai loading yang paling besar dengan loading lain terhadap variabel laten lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1. Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)

Variabel	Fear Of Missing Out (X1)	Peran Influencer (X2)	Kepuasan Investor (Y1)	Keputusan Investasi (Y2)
FMO1	0.981	0.631	0.565	0.617
FMO2	0.972	0.706	0.664	0.686
FMO3	0.936	0.706	0.562	0.603
FMO4	0.990	0.682	0.647	0.585
PIF1	0.680	0.820	0.562	0.547
PIF2	0.778	0.841	0.664	0.642
PIF3	0.700	0.786	0.562	0.644
PIF4	0.677	0.839	0.547	0.674
PIF5	0.685	0.934	0.747	0.658
KIV1	0.685	0.682	0.824	0.658
KIV2	0.697	0.592	0.925	0.580
KIV3	0.569	0.635	0.828	0.472
KIS1	0.714	0.789	0.728	0.915
KIS2	0.577	0.644	0.635	0.816
KIS3	0.685	0.682	0.583	0.949
KIS4	0.697	0.592	0.646	0.846
KIS5	0.709	0.635	0.708	0.768
KIS6	0.613	0.648	0.422	0.737

Sumber: Olahan Data Smart PLS 2025

Dari Tabel 1, dapat dilihat bahwa beberapa nilai *loading factor* untuk setiap indikator dari masing-masing variabel *fear of missing out (fomo) behavior*, peran *influencer*, kepuasan investor dan keputusan investasi saham dilihat bahwa laten tidak ada yang memiliki nilai *loading factor* yang tidak

paling besar dibanding nilai *loading* jika hubungan dengan variabel laten lainnya. Hal ini berarti bahwa setiap variabel laten telah memiliki *discriminant validity* yang baik dimana beberapa variabel laten tidak memiliki pengukur yang berkorelasi tinggi dengan konstruk lainnya.

Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

Kriteria validity dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari masing-

masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilainya 0,70 dan AVE berada diatas 0,50. Pada Tabel 2 akan disajikan nilai *Composite Reliability* dan AVE untuk seluruh variabel.

Tabel 2. Cronbach's Alpha Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Cronbach's Alpha	Rho_A	Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability
Keputusan Investasi Saham (Y2)	0.916	0.920	0.709	0.935
Kepuasan Investor (Y1)	0.829	0.855	0.740	0.895
Fear Missing Out (X1)	0.979	0.982	0.941	0.985
Peran Influencer (X2)	0.899	0.904	0.715	0.926

Sumber: Olahan Data Smart PLS 2025

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk variabel mulai dari *fear of missing out (fomo) behavior*, peran *influencer*, kepuasan investor dan keputusan investasi saham memenuhi kriteria reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha Composite Reliability* diatas 0,70 dan AVE diatas 0,50 sebagaimana kriteria yang direkomendasikan.

Hasil pengujian model structural (Inner model) dan Hipotesis

Model struktural inner model di evaluasi dengan melihat nilai koefisien parameter jalur hubungan antara variabel laten. Pengujian struktural (*inner model*) dilakukan setelah model dalam hubungan yang dibangun dalam penelitian ini, diawali dengan data hasil observasi dan kesesuaian model secara keseluruhan (*goodness of fit model*). Kemudian dilakukan pengujian terhadap model hubungan struktural untuk mengetahui hubungan antara variabel laten yang dirancang dalam penelitian ini. Dari output PLS, pengujian model struktural dan hipotesis dilakukan dengan melihat nilai estimasi koefisien jalur dan nilai titik

kritis (t-statistik) yang signifikan pada p-value < 0.05. Hasil analisis data secara lengkap dapat dilihat pada output model PLS. Hasil evaluasi model hubungan struktural adalah sebagai berikut:

Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian pada model struktural dievaluasi dengan memperhatikan persentase varian yang dijelaskan, yaitu melihat nilai R² untuk variabel laten dependen dengan menggunakan nilai *predictive relevance* (R²). Besaran R² dengan rentang $0 < R^2 < 1$, semakin mendekati nilai 1 berarti model semakin baik. Demikian juga sebaliknya apabila dibawah 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

Untuk menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-Square* setiap variabel laten. Perubahan nilai *R-Square* yang merupakan uji *goodness-fit-model*. Digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Adapun koefisien determinasi (R²) dari variabel endogen disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pengujian koefisien determinasi (R²)

Variabel	R Square	R Square Adjusted
----------	----------	-------------------

Kepuasan Investor(Y1)	0.714	0.695
Keputusan Investasi Saham (Y2)	0.872	0.859

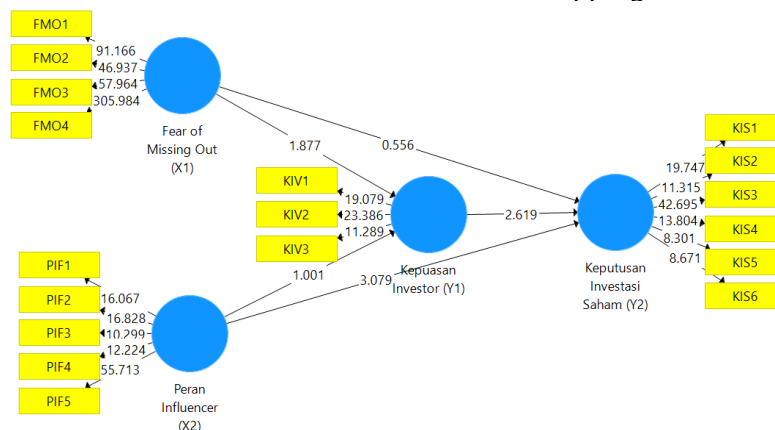
Sumber: Olahan Data Smart PLS 2025

Berdasarkan hasil perhitungan data diketahui nilai *R Square Adjusted* = 0.714 atau 71,4%. Dengan demikian, kepuasan investor dipengaruhi oleh dari *fear of missing out (fomo) behavior*, peran *influencer* sebesar 71.4%. Sisanya 28.6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

Sedangkan untuk *adjusted R-Square* kinerja pegawai sebesar 0.872 atau 87,2%. Dengan demikian keputusan investasi saham dipengaruhi oleh variabel *fear of missing out (fomo) behavior*, peran *influencer* dan kepuasan investor sebesar 87.2%. Sisanya 12.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (*inner model*) di evaluasi dengan melihat nilai koefisien parameter jalur hubungan antara variabel laten. Pengujian struktural (*inner model*) dilakukan setelah model dalam hubungan yang dibangun dalam penelitian ini, sesuai dengan data hasil observasi dan kesesuaian model secara keseluruhan (*goodness of fit model*). Pengujian terhadap model hubungan struktural untuk mengetahui hubungan antara variabel laten yang dirancang dalam penelitian ini. Dari output smart PLS pada pengujian model struktural dan hipotesis dilakukan dengan melihat nilai estimasi koefisien jalur original sampel dan nilai titik kritis p value yang signifikan pada p-value < 0.05. berikut Gambar Gambar 1. Model struktural (*inner model*) Output Smart PLS *Boothstrapping*:



Gambar 1. Model struktural (*inner model*) Output Smart PLS *Boothstrapping*

Sumber : Olahan Data Smart PLS 2025

Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung Maupun tidak Langsung dan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dan koefisien jalur pengaruh langsung antara variabel pengaruh *fear of missing out (fomo)*

behavior dan peran *influencer* terhadap kepuasan investor dan keputusan investasi saham pada Rashid Hussein Bank (RHB) sekuritas di pekanbaru. Hasil pengaruh langsung dapat dilihat dari nilai koefisien jalur dan titik kritis

yang signifikan pada $\alpha = 0.05$. hasil pengujian pengaruh langsung secara

lengkap disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Bukti Empiris	
Fear Missing Out (X1) – >Kepuasan Investor (Y1)	0.562	1.877	0.000	Signifikan	Diterima
Peran Influencer (X2) –> Kepuasan Investor (Y1)	0.295	1.001	0.020	Signifikan	Diterima
Fear Missing Out (X1) – >Keputusan Investasi Saham (Y2)	0.142	0.556	0.010	Signifikan	Diterima
Peran Influencer (X2) –> Keputusan Investasi Saham (Y2)	0.742	3.079	0.000	Signifikan	Diterima
Kepuasan Investor (Y1) –> Keputusan Investasi Saham (Y2)	0.369	2.619	0.003	Signifikan	Diterima

Sumber: Olahan Data Smart PLS 2025

Berdasarkan Tabel 4, hasil penelitian maka pengujian pengaruh langsung dan hipotesis penelitian bertujuan untuk menjawab apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung dapat dijelaskan sebagai berikut ini:

Uji Hipotesis 1 : Pengaruh Fear Missing Out terhadap Kepuasan Investor

Pengujian hipotesis 1 (H_1), bahwa *fear missing out* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan investor, hal tersebut dibuktikan dengan pengujian statistik yang menunjukkan nilai koefisien jalur (*original sample estimate*) sebesar 0.562 dan signifikan pada p-value 0.000 ($p < \alpha = 0.05$). Maknanya adalah bahwa setiap peningkatan *fear missing out* maka akan meningkatkan tingkat kepuasan investasi. Dengan demikian hipotesis kesatu yang diajukan dalam penelitian ini dapat **diterima**.

Uji Hipotesis 2 : Pengaruh Peran Influencer terhadap Kepuasan Investor

Pengujian hipotesis 2 (H_2), bahwa peran *influencer* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan investasi, hal tersebut dibuktikan dengan pengujian statistik yang menunjukkan nilai koefisien jalur (*original sample estimate*) sebesar 0.295 dan signifikan

pada p-value 0.020 ($p < \alpha = 0.05$). Maknanya adalah bahwa setiap peningkatan peran *influencer* maka akan meningkatkan kepuasan investor. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini dapat **diterima**.

Uji Hipotesis 3 : Pengaruh Fear Missing Out terhadap Keputusan Investasi Saham

Pengujian hipotesis 3 (H_3), bahwa *fear missing out* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham, hal tersebut dibuktikan dengan pengujian statistik yang menunjukkan nilai koefisien jalur (*original sample estimate*) sebesar 0,142 dan signifikan pada p-value 0.000 ($p < \alpha = 0.05$). Maknanya adalah bahwa setiap peningkatan *fear missing out* maka akan meningkatkan keputusan investasi saham. Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini dapat **diterima**.

Uji Hipotesis 4 : Pengaruh Peran Influencer terhadap Keputusan Investasi Saham

Pengujian hipotesis 4 (H_4), peran *influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham, hal tersebut dibuktikan dengan pengujian statistik yang menunjukkan nilai koefisien jalur (*original sample estimate*) sebesar 0.742 dan signifikan

pada p-value 0.000 ($p < \alpha = 0.05$). Maknanya adalah bahwa setiap meningkatnya tingkat peran *influencer* maka akan meningkatkan keputusan investasi saham. Dengan demikian hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini dapat **diterima**.

Uji Hipotesis 5 : Pengaruh Kepuasan Investor terhadap Keputusan Investasi Saham

Pengujian hipotesis 5 (H_7), bahwa kepuasan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham, hal tersebut dibuktikan dengan pengujian statistik yang menunjukkan nilai koefisien jalur (*original sample estimate*) sebesar 0.369 dan signifikan pada p-value 0.003 ($p < \alpha = 0.05$). Maknanya adalah bahwa setiap adanya peningkatan kepuasan investasi maka

akan meningkatkan keputusan investasi saham. Dengan demikian hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini dapat **diterima**.

Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung dan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dan koefisien jalur tidak langsung antara variabel *fear of missing out behavior* dan peran *influencer* terhadap kepuasan investor dan keputusan investasi Saham pada Rashid Hussein Bank (RHB) Sekuritas di Pekanbaru. Hasil pengaruh langsung dapat dilihat dari nilai koefisien jalur dan titik kritis yang signifikan pada $\alpha = 0.05$. Hasil pengujian pengaruh langsung secara lengkap disajikan pada tabel 4.19.

Tabel 5. Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Pengujian Hipotesis

Hipotesis			Original Sample (O)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values	Bukti Empiris	
Fear Missing Out(X1)	-		0.693	2.840	0.000	Signifikan	Diterima
>Kepuasan Investor (Y1) -> Keputusan Investasi Saham (Y2)						n	
Peran Influencer(X2)	->		0.442	3.032	0.001	Signifikan	Diterima
Kepuasan Investor (Y1) -> Keputusan Investasi Saham (Y2)						n	

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan Tabel 5, hasil penelitian maka pengujian pengaruh tidak langsung dan hipotesis penelitian bertujuan untuk menjawab apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Hasil pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung dapat dijelaskan sebagai berikut ini:

Uji Hipotesis 6 : Pengaruh *Fear Missing Out* terhadap Keputusan Investasi Saham melalui Kepuasan Investor

Pengujian hipotesis 6 (H_6), bahwa kepuasan investasi mampu memediasi pengaruh *fear missing out* secara signifikan keputusan investasi saham, hal tersebut dibuktikan dengan pengujian statistik yang menunjukkan nilai koefisien jalur (*original sample estimate*) sebesar 0.693 dan signifikan

pada p-value 0.000 ($p < \alpha = 0.05$). Maknanya adalah bahwa setiap peningkatan kepuasan investor maka akan memberikan pengaruh *fear missing out* dalam meningkatkan tingkat keputusan investasi saham. Dengan demikian hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini dapat **diterima**.

Uji Hipotesis 7 : Pengaruh Peran *Influencer* terhadap Keputusan Investasi Saham melalui Kepuasan Investor

Pengujian hipotesis 7 (H_7), bahwa kepuasan investor mampu memediasi pengaruh peran *influencer* secara signifikan terhadap keputusan investasi saham, hal tersebut dibuktikan dengan pengujian statistik yang menunjukkan nilai koefisien jalur (*original sample*

estimate) sebesar 0.442 dan signifikan pada $p\text{-value } 0.001$ ($p < \alpha = 0.05$). Maknanya adalah bahwa setiap peningkatan kepuasan investor maka akan memberikan pengaruh peran *influencer* dalam meningkatkan tingkat keputusan investasi saham. Dengan demikian hipotesis ketujuh yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Akses Listrik terhadap Kemiskinan

Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Kepuasan Investor

FOMO terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan investor, karena mendorong individu untuk segera mengambil peluang investasi demi keuntungan jangka pendek, meskipun sering kali tanpa analisis mendalam. Dorongan ini dipicu oleh kecemasan tidak ingin tertinggal tren, paparan media sosial, dan kebutuhan akan eksistensi atau popularitas, sehingga investor terdorong berperilaku *herding*. Walau FOMO dapat meningkatkan kepuasan melalui keuntungan finansial, ia juga menimbulkan risiko emosional berupa kecemasan dan ketergantungan terhadap informasi sosial. Penelitian sebelumnya (Ni Kadek, 2022; Wijaya, 2023; Susanto, 2023) umumnya menunjukkan FOMO berpengaruh signifikan terhadap kepuasan maupun keputusan investasi, meskipun beberapa studi seperti Humaira (2022) menemukan hasil berbeda.

Pengaruh Peran Influencer terhadap Kepuasan Investor

Peran influencer berpengaruh positif terhadap kepuasan investor, karena mampu membangun kepercayaan, menyediakan informasi relevan, dan meningkatkan komunikasi

yang memperkuat minat berinvestasi. Influencer yang kredibel melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, atau YouTube berfungsi sebagai edukator pasar modal dan memotivasi pengikutnya untuk terlibat dalam investasi. Kehadiran mereka dapat menciptakan citra positif perusahaan dan membentuk opini publik, sejalan dengan teori *planned behavior* di mana norma subjektif memengaruhi minat berinvestasi. Penelitian terdahulu (Pratiwi, 2020; Zahida, 2021; Furwanti, 2020; Dewi, 2022; Yolanda & Tasman, 2020) juga mendukung bahwa influencer berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan investasi.

Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Keputusan Investasi Saham

FOMO berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham, khususnya dalam mendorong investor pemula untuk segera terlibat agar tidak ketinggalan tren. Perilaku ini mempercepat pencarian informasi dan meningkatkan partisipasi dalam diskusi saham, namun sering kali memicu *herding behaviour* di mana keputusan dibuat mengikuti mayoritas tanpa analisis rasional. Meskipun dapat meningkatkan keterlibatan pasar, risiko keputusan irasional cukup besar karena investor cenderung mengabaikan kondisi fundamental. Penelitian sebelumnya (Murjana & Ni Kadek, 2022; Wijaya, 2023; Susanto, 2023) menegaskan pengaruh signifikan FOMO terhadap keputusan investasi, meskipun Humaira (2022) menemukan hasil yang tidak konsisten.

Pengaruh Peran Influencer terhadap Keputusan Investasi Saham

Influencer memiliki peran signifikan dalam keputusan investasi saham karena mampu memberikan

edukasi, analisis, serta rekomendasi yang membuat investor merasa lebih percaya diri dan terarah. Kehadiran influencer sangat berpengaruh terutama bagi generasi muda yang aktif di media sosial, di mana norma subjektif dan opini publik memengaruhi tindakan investasi. Kredibilitas influencer membantu investor memahami manfaat dan risiko, sejalan dengan Teori Perilaku Terencana. Penelitian terdahulu (Fauzianti, 2022; Lathifah & Garbo, 2022; Maharani & Hidayah, 2021; Nurwulandari dkk., 2022; Romdionim & Ulita, 2021) juga membuktikan bahwa influencer berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi saham.

Pengaruh Kepuasan Investor terhadap Keputusan Investasi Saham

Kepuasan investor berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham, di mana investor yang puas cenderung melanjutkan atau menambah investasinya. Faktor seperti kinerja perusahaan, manajemen yang baik, serta pertumbuhan positif meningkatkan rasa percaya dan loyalitas investor. Kepuasan juga berkaitan dengan niat membeli kembali (*repurchase intention*) yang memperkuat retensi dan pertumbuhan jangka panjang. Studi terdahulu (Novita & Handayani, 2019; Winarto, 2021; Gita & Nurlinda, 2023; Assegaf, 2023; Bashir et al., 2016) konsisten menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi maupun niat membeli kembali.

Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Keputusan Investasi Saham melalui Kepuasan Investor

Kepuasan investor terbukti memediasi pengaruh FOMO terhadap keputusan investasi saham, di mana kepuasan membuat investor lebih rasional dan mampu meredam

kecemasan akibat dorongan FOMO. Walaupun FOMO memicu keputusan cepat dan berisiko melalui perilaku *herding*, kepuasan yang tinggi dapat mengarahkan investor pada keputusan lebih terukur. Dalam perspektif *behavioral finance*, bias psikologis seperti FOMO dapat menimbulkan keputusan irasional, namun kepuasan mampu memperbaiki arah keputusan investasi. Penelitian terdahulu (Hasanudin, 2021; Purboyo et al., 2019; Romdionim & Ulita, 2021) mendukung bahwa FOMO memengaruhi keputusan investasi melalui kepuasan investor.

Pengaruh Peran Influencer terhadap Keputusan Investasi Saham melalui Kepuasan Investor

Kepuasan investor juga memediasi pengaruh influencer terhadap keputusan investasi saham, karena informasi dan rekomendasi yang disampaikan influencer meningkatkan rasa percaya, pengalaman positif, dan akhirnya mendorong keputusan investasi. Influencer berperan penting dalam membentuk opini publik, memperluas edukasi investasi, serta menciptakan motivasi di kalangan pengikutnya untuk berinvestasi. Kredibilitas dan popularitas influencer di media sosial terbukti efektif sebagai strategi komunikasi investasi yang memengaruhi kepuasan, lalu berdampak pada keputusan investasi. Penelitian terdahulu (Susanto, 2023; Humaira, 2022; Pratiwi, 2020) konsisten menunjukkan bahwa peran influencer berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui kepuasan investor

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil analisis model penelitian dan serangkaian pengujian yang telah dilakukan, maka dapat

diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap kepuasan investor. Artinya investor yang didorong oleh FOMO cenderung membuat keputusan investasi yang rasional karena berfokus pada keuntungan jangka pendek sehingga dapat menyebabkan keuntungan finansial yang dapat meningkatkan kepuasan investor secara keseluruhan. Hal dikarenakan *fear of missing out* adalah perilaku psikologis yang bisa terjadi pada siapa saja, terutama ketika melihat orang lain mendapatkan keuntungan dari tren investasi tertentu, karena akan mendorong keputusan investasi yang emosional dan impulsif daripada berbasis analisis rasional, yang dapat merugikan bagi investor pemula maupun berpengalaman sekalipun.
2. Peran *influencer* pengaruh positif terhadap kepuasan investor. Artinya peran *influencer* dapat meningkatkan kepercayaan dalam memberikan informasi yang relevan, dan memfasilitasi komunikasi yang lebih baik antara perusahaan dan investor. *Influencer* yang memiliki kredibilitas dan reputasi baik dapat membantu membangun citra positif perusahaan dan meningkatkan minat investor
3. *Fear Of Missing Out Behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi saham. Artinya FOMO dapat menjadi pendorong bagi investor pemula untuk mulai berinvestasi, karena investor tidak ingin ketinggalan tren atau peluang yang sedang naik daun. Dan FOMO dapat mendorong investor untuk lebih aktif mencari informasi dan terlibat dalam diskusi tentang pasar saham, yang dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman sehingga dapat meningkatkan keputusan investasi.
4. Peran *Influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham. Artinya *influencer* saham dapat memperkenalkan konsep investasi saham, pasar modal, dan berbagai instrumen investasi kepada audiens investor, sehingga meningkatkan minat dan kesadaran akan potensi keuntungan investasi dan *influencer* saham yang kredibel dapat memberikan edukasi tentang cara berinvestasi, analisis saham, strategi investasi, dan tips-tips praktis yang membantu pengikut investor membuat keputusan investasi yang lebih cerdas.
5. Kepuasan investor berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan investasi saham. Artinya investor yang puas cenderung akan terus berinvestasi atau bahkan menambah investasinya pada saham yang sama karena kepuasan investor melihat kinerja perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan yang memiliki fundamental yang kuat, manajemen yang handal, dan pertumbuhan yang positif cenderung membuat investor merasa puas dan yakin dengan investasi sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian saham
6. *Fear of missing out behavior* terhadap keputusan investasi saham. Artinya investor merasa puas dengan investasi investor akan cenderung lebih tenang, lebih rasional dalam pengambilan keputusan, dan lebih tahan terhadap pengaruh FOMO sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian saham
7. Kepuasan investor mampu memediasi pengaruh peran *influencer* terhadap keputusan investasi saham. Artinya kepuasan investor yang dipengaruhi oleh

informasi yang diberikan *influencer*, pengalaman investasi, dan kinerja saham yang direkomendasikan, pada akhirnya dapat mendorong keputusan untuk berinvestasi saham dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alquraan, T., Alqisie, A. & Alshorafa, A., 2016. Do Behavioral Finance Factors Influence Stock Investment Decisions of Individual Investors? (Evidences from Saudi Stock Market). *American International Journal of Contemporary Research*, 6(3), pp. 159-169.
- Anisa, N., 2012. Hubungan Faktor Demografi dengan Bias Pemikiran Investor dipasar Modal. *Journal of business and banking*, 2(2), pp. 123-138.
- Chandra, A. & Kumar, R., 2011. Determinants of Individual Investor Behaviour: An Orthogonal Linear Transformation Approach. *Munich Personal RePEc Archive*, 29772(22), pp. 1-30.
- Chen, G., Kim, K. A., Nofsinger, J. R. & Rui, O. M., 2007. Trading Performance, Disposition Effect, Overconfidence, Representativeness Bias, and Experience of Emerging Market Investors. *Journal of Behavioral Decision Making*, Volume 20, pp. 425-451.
- DS, Y. R. R., & El Halidy, A. (2022). Pengaruh FoMO, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di E-commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 1477-1487..
- Ghozali, I., 2018. *Aplikasi SEM PLS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozalie, S. & Anastasia, N., 2015. Pengaruh Perilaku Heuristics dan Herding terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Properti Hunian. *Finesta*, 3(2), pp. 28-32.
- Hadi, S., 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hakim, L., 2017. *jogja.antaranews.com*. [Online] Available at: <https://jogja.antaranews.com/berita/348521/investor-pasar-modal-diy-capai-28312-orang> [Accessed 28 April 2018].
- Harjito, A. & Martono, 2012. *Manajemen Keuangan Edisi Kedua*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hermalin, B. E. & Isen, A. M., 2000. *The Effect of Affect on Economic and Strategic Decision Making*, Los Angeles: University of Southern California Law School.
- Humra, Y., 2014. Behavioral Finance: An Introduction to the Principles Governing Investor Behavior in Stock Markets. *International Journal of Financial Management*, 5(2), pp. 23-30.
- Islam, R., 2012. Behavioral Finance of an Inefficient Market. *Global Journals of Management and Business Research*, 12(14), pp. 13-34. 14.
- Kartini & Nuris, F. N., 2015. Pengaruh Illusions of control, Overconfidence dan Emotion terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada Investor di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 4(2), pp. 115-123.
- Khan, M. T. I., Tan, S.-H. & Chong, L.-L., 2016. The Effect Of Stated Preference for Firm Characteristics, Optimism and

- Overconfidence on Trading Activities. *Faculty Of Management*.
- Khan, M. Z. U., 2015. Impact of Availability Bias and Loss Aversion Bias On Investment. *Journal of Research in Business Management*, 1(2), pp. 1-12.
- Kimeu, C., Anyango, W. & Rotich, G., 2016. Behavioural Factors Influencing Investment Decisions Among Individual Investors in Nairobi Securities Exchange. *Journal of Business and Change Management*, 3(4), pp. 1243-1258.
- Kudryavtsev, A., Cohen, G. & Hon-Snir, S., 2012. "Rational" or "Intuitive": Are Behavioral Biases Correlated Across Stock Market Investors. *Journal Contemporary Economics*, 7(2), pp. 31-53.
- Kumar, S. & Goyal, N., 2015. Behavioural biases in investment decision making - a systematic literature review. *Qualitative research in financial markets*, 7(1), pp. 88-108.
- Kuncoro, M., 2001. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Kuncoro, M., 2007. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Kurniawan, A., 2014. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Luong, L. P. & Thi Thu Ha, D., 2011. *Behavioral Individual Investors' Decision Making and Performance a Survey at The Ho Chi Minh Stock Exchange, China*: Umeå University.
- Manurung, A. H., 2016. *Kemana Investasi? Kiat dan Panduan Investasi Keuangan di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh iklan, sistem cod, dan promo gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada tiktokshop (studi kasus pada mahasiswa uin Sumatera utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477-1491.
- Martono & Harjito, A., 2004. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nada, S., 2013. *Behavioural Factors Influencing Investment Decision Making: An Empirical Study of Palestine Stock Exchange, Gaza*: The Islamic University .
- Ngoc, L. T. B., 2014. Behavior Pattern of Individual Investors in Stock Market. *International Journal of Business and Management*, 9(1), pp. 1-16.
- Noor, J., 2010. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Ranjbar, M., Abedini, B. & Jamali, M., 2014. Analyzing the Effective Behavioral Factors On the Investors' Performance in Tehran Stock Exchange (TSE). *International Journal of Art & Humanity Science*, 1(2), pp. 80-86.
- Ross , S. A. et al., 2016. *Pengantar Keuangan Perusahaan: Fundamentals of Corporate Finance (edisi global asia buku 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, S. R., 2017. *ekonomi.kompas.com*. [Online] Available at: <https://ekonomi.kompas.com/read>

- /2017/12/27/170858426/investor-di-pasar-modal-indonesia-tembus-11-juta [Accessed 28 April 2018].
- Shefrin, H., 2007. *Behavioral Corporate Finance: Decision That Create Value*. New York: McGraw Hill.
- Sina, P. G., 2014. Representativeness Bias dan Demografi dalam Membuat Keputusan Keuangan. *Jurnal Manajemen*, 14(1), pp. 81-96.
- Siregar, S., 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Statman, M., 2014. Behavioral Finance: Finance with Normal People. *Borsa _Istanbul Review*, Volume 14, pp. 65-73.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumroto, A. & Anastasia, N., 2015. Perilaku Keuangan dalam Pengambilan Keputusan Berinvestasi Properti Residential di Surabaya. *Finesta*, 3(1), pp. 41-45.
- Tuyon, J. & Ahmad, Z., 2016. Behavioural Finance Perspectives on Malaysian Stock Market Efficiency. *Borsa _Istanbul Review*, 16(1), pp. 43-61.
- Vieira, E. & Valente, M. S., 2015. Herding Behaviour and Sentiment: Evidence in a Small European Market. *Spanish Accounting Review*, 18(1), pp. 78-86.
- Vijaya , E., 2014. An Empirical Analysis of Influential Factors on Investment Behaviour of Retail Investors' in Indian Stock Market: A Behavioural Perspective. *International Journal in Management and Social Science*, 2(12), pp. 296-308.
- Vijaya, E., 2016. An Empirical Analysis on Behavioural Pattern of Indian Retail Equity Investors. *Journal of Resources Development and Management*, Volume 16, pp. 103-112.
- Virigineni, M. & Bhaskara, R., 2017. Contemporary Developments in Behavioral Finance. *International Journal of Economics and Financcial*, 7(1), pp. 448-459.
- Widodo, 2017. *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.