

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3.1 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>14</b>
<b>1.3.2 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>15</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Telaah Pustaka.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.1 Teori Prospek .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.2 Keputusan Investasi.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.3 Bias Dalam Pengambilan Keputusan Investasi.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.4 <i>Herding</i> .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.5 <i>Loss Aversion</i> .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.6 <i>Availability</i>.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1.7 <i>Fear of Missing Out</i> .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>28</b>
<b>2.3 Teori Prospek Dalam Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>37</b>

2.3.1	Hubungan <i>Herding</i> dan <i>Fear of Missing Out</i> .....	37
2.3.2	Hubungan <i>Loss Aversion</i> dan <i>Fear of Missing Out</i> .....	38
2.3.3	Hubungan <i>Availability</i> dan <i>Fear of Missing Out</i> .....	39
2.3.4	Hubungan <i>Herding</i> dan Pengambilan Keputusan Investasi .....	40
2.3.5	Hubungan <i>Loss Aversion</i> dan Pengambilan Keputusan Investasi .....	41
2.3.6	Hubungan <i>Availability</i> dan Pengambilan Keputusan Investasi .....	42
2.3.7	Hubungan <i>Fear of Missing Out</i> dan Pengambilan Keputusan Investasi .....	43
2.3.8	Peran Mediasi <i>Fear of Missing Out</i> Pada Hubungan Antara <i>Herding</i> Dan Pengambilan Keputusan Investasi .....	44
2.3.9	Peran Mediasi <i>Fear of Missing Out</i> Pada Hubungan Antara <i>Loss Aversion</i> dan Pengambilan Keputusan Investasi .....	46
2.3.10	Peran Mediasi <i>Fear of Missing Out</i> Pada Hubungan Antara <i>Availability</i> dan Pengambilan Keputusan Investasi .....	47
2.4	Kerangka Pikir Teoritis .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>49</b>
3.1	Jenis dan Sumber Data .....	49
3.2	Populasi dan Sampel .....	49
3.2.1	Populasi .....	49
3.2.2	Sampel .....	50
3.3	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	51
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	53
3.4.1	Proses Pengumpulan Data.....	53
3.4.2	Tingkat Respon .....	54
3.5	Teknik Analisis .....	55
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	55
3.5.2	Analisis Statistik .....	55

<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>59</b>
<b>4.1    Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Data Deskriptif .....</b>	<b>59</b>
<b>4.1.1    Deskripsi Objek Penelitian.....</b>	<b>59</b>
<b>4.1.2    Deskripsi Karakteristik Responden .....</b>	<b>59</b>
<b>4.1.3    Analisis Statistik Deskriptif.....</b>	<b>62</b>
<b>4.2    Proses dan Hasil Analisis .....</b>	<b>68</b>
<b>4.2.1    Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) .....</b>	<b>68</b>
<b>4.2.2    Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....</b>	<b>73</b>
<b>4.3    Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>74</b>
<b>4.4    Hasil Uji Hipotesis .....</b>	<b>76</b>
<b>4.4.1    <i>Herding</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap <i>Fear of</i></b>	
<b><i>Missing Out</i> Investor Gen Z.....</b>	<b>76</b>
<b>4.4.2    <i>Loss Aversion</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap</b>	
<b><i>Fear of Missing Out</i> Investor Gen Z .....</b>	<b>77</b>
<b>4.4.3    <i>Availability</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap <i>Fear of</i></b>	
<b><i>Missing Out</i> Investor Gen Z.....</b>	<b>77</b>
<b>4.4.4    <i>Herding</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap</b>	
<b>Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z.....</b>	<b>78</b>
<b>4.4.5    <i>Loss Aversion</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap</b>	
<b>Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z.....</b>	<b>78</b>
<b>4.4.6    <i>Availability</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap</b>	
<b>Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z.....</b>	<b>78</b>
<b>4.4.7    <i>Fear of Missing Out</i> Berpengaruh Positif Signifikan</b>	
<b>Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z</b>	<b>79</b>
<b>4.4.8    <i>Fear of Missing Out</i> Memediasi Pengaruh <i>Herding</i> Terhadap</b>	
<b>Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z.....</b>	<b>79</b>
<b>4.4.9    <i>Fear of Missing Out</i> Memediasi Pengaruh <i>Loss Aversion</i></b>	
<b>Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor</b>	
<b>Gen Z .....</b>	<b>80</b>

4.4.10	<i>Fear of Missing Out</i> Memediasi Pengaruh <i>Availability</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z .....	80
4.5	Pembahasan .....	81
4.5.1	<i>Herding</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap <i>Fear of Missing Out</i> Investor Gen Z.....	81
4.5.2	<i>Loss Aversion</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap <i>Fear of Missing Out</i> Investor Gen Z .....	81
4.5.3	<i>Availability</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap <i>Fear of Missing Out</i> Investor Gen Z.....	82
4.5.4	<i>Herding</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z.....	83
4.5.5	<i>Loss Aversion</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z.....	83
4.5.6	<i>Availability</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z.....	84
4.5.7	<i>Fear of Missing Out</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z	85
4.5.8	<i>Fear of Missing Out</i> Memediasi Pengaruh <i>Herding</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z.....	86
4.5.9	<i>Fear of Missing Out</i> Memediasi Pengaruh <i>Loss Aversion</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z .....	86
4.5.10	<i>Fear of Missing Out</i> Memediasi Pengaruh <i>Availability</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor Gen Z .....	87
<b>BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN .....</b>		<b>89</b>
5.1	Simpulan.....	89
5.2	Implikasi Kebijakan .....	90
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	90

5.2.2	Implikasi Manajerial .....	91
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	92
5.4	Agenda Penelitian Mendatang .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>102</b>