

ABSTRAK

PENGARUH *HEURISTIC*, *HERDING* DAN *MARKET VARIABLE* TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI GENERASI Z DI BANDAR LAMPUNG

Oleh:

Theresia Elvina Yuli Yanti

Tujuan penelitian ini mengetahui pengaruh *heuristic*, *herding* dan *market variable* terhadap keputusan berinvestasi generasi Z di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif bersifat asosiatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di kota Bandar Lampung yang berjumlah 171.937. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling* maka diperoleh 100 responden yang diambil menggunakan rumus slovin. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil analisis menyatakan bahwa variabel *heuristic*, *herding* dan *market variable* berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi generasi Z di Bandar Lampung.

Kata Kunci: **Heuristic, Herding, Market Variable Dan Keputusan Berinvestasi**

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF HEURISTICS, HERDING, AND MARKET VARIABLES ON INVESTMENT DECISIONS AMONG GENERATION Z IN BANDAR LAMPUNG

By:

THERESIA ELVINA YULI YANTI

This study aimed to examine the influence of heuristics, herding, and market variables on the investment decisions of Generation Z in Bandar Lampung. The research employed a quantitative, associative approach. The population targeted consisted of all active university students in Bandar Lampung City, totaling 171,937 individuals. The sampling method used was non-probability sampling with a purposive sampling technique, resulting in a sample of 100 respondents determined using the Slovin formula. The data analysis method utilized in this study was Structural Equation Modeling with Partial Least Squares (SEM-PLS). The analysis results indicated that the heuristics, herding, and market variables significantly influenced the investment decisions of Generation Z in Bandar Lampung.

Keywords: Heuristics, Herding, Market Variables, Investment Decisions, Generation Z, Financial Behavior

