

**ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL INVESTASI DAN RASIO  
FUNDAMENTAL PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTOR  
MUDA**

**TESIS**

**Diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Magister pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Magister Akuntansi Universitas Katolik  
Soegijapranata Semarang**



**Jonathan Calvin Setiawan**

**NIM : 20.G3.0017**

**Program Studi Magister Akuntansi  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang  
2023**

## ABSTRAK

Pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi selain menyediakan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan investasi juga membawa bias perilaku yang termasuk dalam perilaku keuangan. Informasi dari media sosial membawa bias emosional karena ada keterkaitan antara informasi media sosial dan emosi. Saat menerima informasi media sosial, investor cenderung berperilaku mengikuti kelompok daripada memutuskan secara independen berdasarkan informasi pribadi mereka sendiri. Untuk itu, dibutuhkan analisis fundamental sebagai penyeimbang bagi investor irrasional agar tidak selalu terpaku pada informasi media sosial. Pengaruh analisis fundamental terhadap keputusan investasi meskipun berfungsi sebagai analisis investasi jangka panjang juga memiliki bias yang mempengaruhi hubungan diantara keduanya. Dalam pengaruh analisis fundamental, investor dipengaruhi oleh bias kognitif dimana seorang investor yang seringkali berpikir irasional juga memperoleh informasi analisis fundamental dari media sosial namun bias kognitif membuat investor hanya melihat informasi analisis fundamental yang dibagikan di media sosial tanpa melakukan analisis secara keseluruhan. Untuk itu, dibutuhkan keseimbangan informasi dari media sosial dan analisis fundamental dalam menentukan keputusan investasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan analisis fundamental terhadap keputusan investasi melalui perilaku keuangan dengan metode penelitian survei dengan responden investor pasar modal Indonesia. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, diperoleh sampel sebanyak 344 responden. Penelitian ini memperoleh hasil pengaruh yang signifikan dari media sosial terhadap keputusan investasi; analisis fundamental berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi; media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan; analisis fundamental berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan; perilaku keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi

**Kata Kunci: media sosial, analisis fundamental, perilaku keuangan, keputusan investasi**