



**PENGARUH SUMBER INFORMASI TERHADAP
TRADING FREKUENSI DENGAN TIPE KEPERIBADIAN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Akhmad Nuranyanto

NIM 7311413151

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2017

M.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk dilaksanakan.

Disetujui pada

Hari : Selasa

Tanggal : 1 Agustus 2017

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen




Rini Setyo Witiastuti, S.E., M.M.
NIP. 197610072006042002

Pembimbing



Andhi Wijayanto, S.E., M.M.
NIP. 198306172008121003

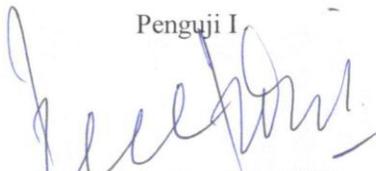
PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Senin

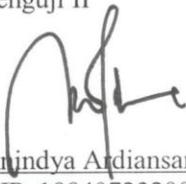
Tanggal : 21 Agustus 2017

Penguji I



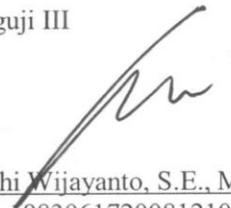
Moh Khoirudin, S.E., M.Si.
NIP. 197001062008121001

Penguji II



Arjindya Ardiansari, S.E., M.M
NIP. 198407232008122004

Penguji III



Andhi Wijayanto, S.E., M.M
NIP. 198306172008121003



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Wahyono, M.M
NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 1 Agustus 2017



Akhmad Nuranyanto

NIM. 7311413151

MOTTO

Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” (Q.S. Al-Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

Bapak Riyanto, Ibu Any Fitriyah, Muhammad Rizki Abror, serta seluruh keluarga, terima kasih atas segala doa, dukungan, pengorbanan, motivasi, kasih dan cinta kalian.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga penulis diberikan izin dan kemudahan dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Sumber Informasi Terhadap *Trading* frekuensi Dengan Tipe Kepribadian Sebagai Variabel Moderasi”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat tersusun dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Wahyono, M.M, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Rini Setyo Witiastuti, S.E., M.M., Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Semarang
4. Andhi Wijayanto, S.E., M.M., dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan kritik yang bersifat membangun selama penyusunan skripsi.
5. Prof. Dr. H. Achmad Slamet, M.Si., dosen wali yang selalu memberikan arahan, saran dan motivasi dalam menempuh studi.
6. Andhi Wijayanto, S.E., M.M., Rini Setyo Witiastuti, S.E., M.M., Moh Khoirudin, S.E, M.Si. dosen penguji yang telah memberikan komentar dan saran membangun.

7. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
8. Rekan-rekan Unnes *Stock Exchange Study Forum* (UNSSAF) yang telah membantu dalam pengumpulan data penelitian.
9. Rekan-rekan anggota Forum KSPM Kota Semarang (FKKS) yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner penelitian.
10. Teman-teman Jurusan Manajemen UNNES angkatan 2013
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan senantiasa dicatat sebagai amal baik dan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi semua pihak pada umumnya dan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Semarang, 1 Agustus 2017

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Akhmad Nuranyanto

SARI

Nuranyanto, Akhmad. 2017. “Pengaruh Sumber Informasi terhadap *Trading* Frekuensi dengan Tipe Kepribadian sebagai Variabel Moderasi”. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing. Andhi Wijayanto, S.E., M.M.

Kata Kunci: Perilaku keuangan, Kepribadian Lima besar, Sumber Informasi, *Trading* frekuensi

Dalam pengambilan keputusan investasi selain dipengaruhi oleh sumber informasi yang diperoleh, kepribadian investor dalam berinvestasi juga sangat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi seperti pemilihan saham dan keputusan perdagangan. Variabel psikologi dalam mempengaruhi interaksi pengumpulan informasi telah banyak dibahas dalam berbagai bidang ilmu, tetapi dalam konsep pengambilan keputusan keuangan, variabel psikologi investor masih sangat jarang dibahas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sumber informasi yaitu, nasihat keuangan, komunikasi verbal, dan media khusus terhadap *trading* frekuensi anggota Forum KSPM Kota Semarang dengan tipe kepribadian sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan *Big Five Personality* sebagai alat ukur tipe kepribadian dan melakukan survei kepada 134 investor anggota Forum KSPM Kota Semarang. Peneliti menggunakan analisis *structural equation model* dengan WarpPLS 3.0 untuk mengevaluasi hubungan antar variabel dan pengaruh moderasi pada kepribadian investor dengan sumber informasi dan *trading* frekuensi.

Hasil penelitian ini mengkonfirmasi temuan sebelumnya bahwa nasihat keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap frekuensi *trading*, komunikasi verbal berpengaruh positif signifikan terhadap frekuensi *trading*, sedangkan media khusus berpengaruh negatif signifikan terhadap frekuensi *trading*. Peneliti juga menemukan bahwa kepribadian investor memoderasi hubungan antara sumber informasi dengan *trading* frekuensi. Nasihat keuangan meningkatkan frekuensi *trading* pada investor dengan tipe kepribadian *conscientiousness* dan *Agreeableness*. Komunikasi verbal meningkatkan frekuensi *trading* pada investor dengan tipe kepribadian *agreeableness*, dan menurunkan intensitas *trading* pada investor *conscientiousness*. Sedangkan, media khusus meningkatkan frekuensi *trading* pada investor dengan tipe kepribadian *neuroticism* dan *agreeableness*, serta menurunkan intensitas perdagangan pada investor *openness*.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

ABSTRACT

Nuranyanto, Akhmad. 2017. "The Analysis of Sources of Information, *Trading* Frequency With Big Five Personality as Moderation Variable". Final Project. Management Department, faculty of Economic. Semarang State University. Supervisor. Andhi Wijayanto, S.E., M.M.

Keywords: Behavioral finance, Big five personality, Sources of information, *Trading* behavior

In making investment decisions other than the influence by a source of information they obtained, the investor's personality in investing also have influences in investment decision making such as stock selection and *trading* decisions. Psychological variables in influencing the interaction of information gathering have been widely discussed in various fields of science, but in the concept of financial decision making, investor psychological variables are still very rarely discussed. This study aims to analyze the influence of information sources namely, financial advice, communication from word of mouth, and special press to the *trading* behavior of members Stock Exchange Study Forum in Semarang with personality type as a moderation variable.

This study uses Big Five Personality as a measure of personality type and conducted a survey to 134 investors of Stock Exchange Study Forum in Semarang. Researchers used structural equation model analysis with WarpPLS 3.0 to evaluate the relationship between variables and the effect of moderation on investor personality with a source of information and *trading* behavior.

The results of this study confirm previous findings that financial advice has a significant positive effect on *trading* frequency, word of mouth communication has a significant positive effect on *trading* frequency, while the special press has a significant negative effect on *trading* frequency. Researchers also find that the investor's personality moderates the relationship between information sources and *trading* behavior. Financial advice increases the frequency of *trading* on investors with personality type conscientiousness and Agreeableness. Word of mouth communication increases the frequency of *trading* on the investor with agreeableness personality type and decreases the intensity of *trading* on investor conscientiousness. Special media increase the frequency of *trading* on investors with the type of personality neuroticism and agreeableness and reduce the intensity of trade in investor openness.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN KELULUSAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
SARI	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2. Masalah Penelitian	21
1.3. Tujuan Penelitian.....	21
1.4. Kegunaan Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1. Landasan Teori.....	24
2.1.1. Teori Pasar Efisien dan Teori Perilaku Keuangan	24
2.1.2. Sumber informasi dan <i>trading</i>	27
2.1.2.1. Definisi Sumber Informasi dan <i>Trading</i>	27
2.1.2.1.1.Nasihat Keuangan.....	28
2.1.2.1.2.Komunikasi verbal.....	29
2.1.2.1.3.Media khusus	30
2.1.2.2. Indikator Sumber Informasi dan <i>Trading</i>	31
2.1.3. Psikologi investor.....	32
2.1.3.1. Definisi Psikologi investor.....	32

2.1.3.2.	Indikator Psikologi investor	35
2.2.	Penelitian Terdahulu	37
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	43
2.3.1.	Kerangka Pemikiran Teoritis	43
2.3.2.	Pengembangan Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1.	Jenis dan Desain Penelitian	45
3.2.	Teknik Pengumpulan data	46
3.3.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	47
3.3.1.	Populasi	47
3.3.2.	Sampel	49
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	50
3.4.	Variabel Penelitian	51
3.4.1.	Sumber Informasi	51
3.4.2.	Frekuensi Perdagangan	53
3.4.3.	Tipe Kepribadian Investor (Model <i>Big Five</i>)	53
3.4.4.	Variabel demografis	57
3.4.5.	Tingkat Keberanian Investor Menanggung Risiko	58
3.5.	Metode Pengumpulan Data	58
3.5.1.	Metode Kuesioner (angket)	58
3.6.	Instrumen Penelitian	60
3.7.	Metode Analisis Data	62
3.7.1.	Analisis Statistik Deskriptif	62
3.7.2.	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	62
3.7.2.1.	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	64
3.7.2.2.	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
3.7.2.3.	Model Struktural Penelitian	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		68
4.1.	Diskripsi Objek Penelitian	68
4.2.	Analisis Data	69

4.2.1.	Analisis Demografi Responden.....	69
4.2.2.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	71
4.3.	Uji <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	75
4.3.1.	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	75
4.3.1.1.	<i>Convergent Validity</i>	76
4.3.1.2.	Hasil Uji Reabilitas	84
4.3.1.3.	<i>Output Linier and Nonlinear (“warped”) Relationship Among Latent Variables</i>	85
4.4.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	88
4.5.	Hasil Uji Hipotesis	89
4.5.1.	Uji Pengaruh Langsung.....	90
4.5.1.1.	Nasihat keuangan berpengaruh terhadap <i>trading</i> frekuensi.....	90
4.5.1.2.	Komunikasi verbal berpengaruh terhadap <i>trading</i> frekuensi.....	91
4.5.1.3.	Media khusus berpengaruh terhadap <i>trading</i> frekuensi	91
4.5.2.	Uji Pengaruh Moderasi.....	92
4.5.2.1.	<i>Openness</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan perilaku <i>trading</i>	92
4.5.2.2.	<i>Conscientiousness</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan <i>trading</i> frekuensi.	93
4.5.2.3.	<i>Extraversion</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan <i>trading</i> frekuensi	94
4.5.2.4.	<i>Neuroticism</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan <i>trading</i> frekuensi	95
4.5.2.5.	<i>Agreeableness</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan <i>trading</i> frekuensi	96
4.6.	Pembahasan.....	97
4.6.1.	Nasihat keuangan berpengaruh terhadap <i>trading</i> frekuensi.....	97
4.6.2.	Komunikasi verbal berpengaruh terhadap <i>trading</i> frekuensi.....	98
4.6.3.	Media khusus berpengaruh terhadap <i>trading</i> frekuensi	99
4.6.4.	<i>Openness</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan perilaku <i>trading</i>	100

4.6.5.	<i>Conscientiousness</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan <i>trading</i> frekuensi	101
4.6.6.	<i>Extraversion</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan <i>trading</i> frekuensi	102
4.6.7.	<i>Neuroticism</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan <i>trading</i> frekuensi	103
4.6.8.	<i>Agreeableness</i> memoderasi hubungan antara sumber informasi dan <i>trading</i> frekuensi	104
BAB V PENUTUP.....		106
5.1.	Simpulan.....	106
5.2.	Saran.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Research Gap</i>	13
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1. Daftar KSPM di Kota Semarang yang Tergabung Dalam FKKS.....	48
Tabel 3.2. Diskripsi dari tipe kepribadian <i>Big Five</i>	55
Tabel 3.3. Indikator Fit untuk pengukuran model	66
Tabel 4.1 Daftar KSPM di Kota Semarang yang Tergabung Dalam FKKS.....	68
Tabel 4.2. Demografi Responden	70
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban <i>Big Five Personality</i>	72
Tabel 4.4 Distribusi Nilai Indeks <i>Big Five Personality</i>	74
Tabel 4.5 <i>Output Combined Loading and Cross-loading</i>	77
Tabel 4.6 <i>Output Combined Loading and Cross-loading</i> setelah penghapusan indikator	80
Tabel 4.7. Output Nilai <i>Loading</i> Konstruk Laten	81
Tabel 4.8. <i>Coefficiens Among Latent Variables</i>	84
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	84
Tabel 4.10. <i>Model Fit Indices and P Values</i>	89
Tabel 4.11. <i>Output Path Coefficients Model Direct Effect</i>	90
Tabel 4.12. <i>Output Path Coefficients</i> Variabel Moderasi <i>Openness</i>	92
Tabel 4.13. <i>Output Path Coefficients</i> Variabel Moderasi <i>Conscientiousness</i>	93
Tabel 4.14. <i>Output Path Coefficients</i> Variabel Moderasi <i>Extraversion</i>	94
Tabel 4.15. <i>Output Path Coefficients</i> Variabel Moderasi <i>Neuroticism</i>	95
Tabel 4.16. <i>Output Path Coefficients</i> Variabel Moderasi <i>Agreeableness</i>	96
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Hipotesis	97

DAFTAR GAMBAR

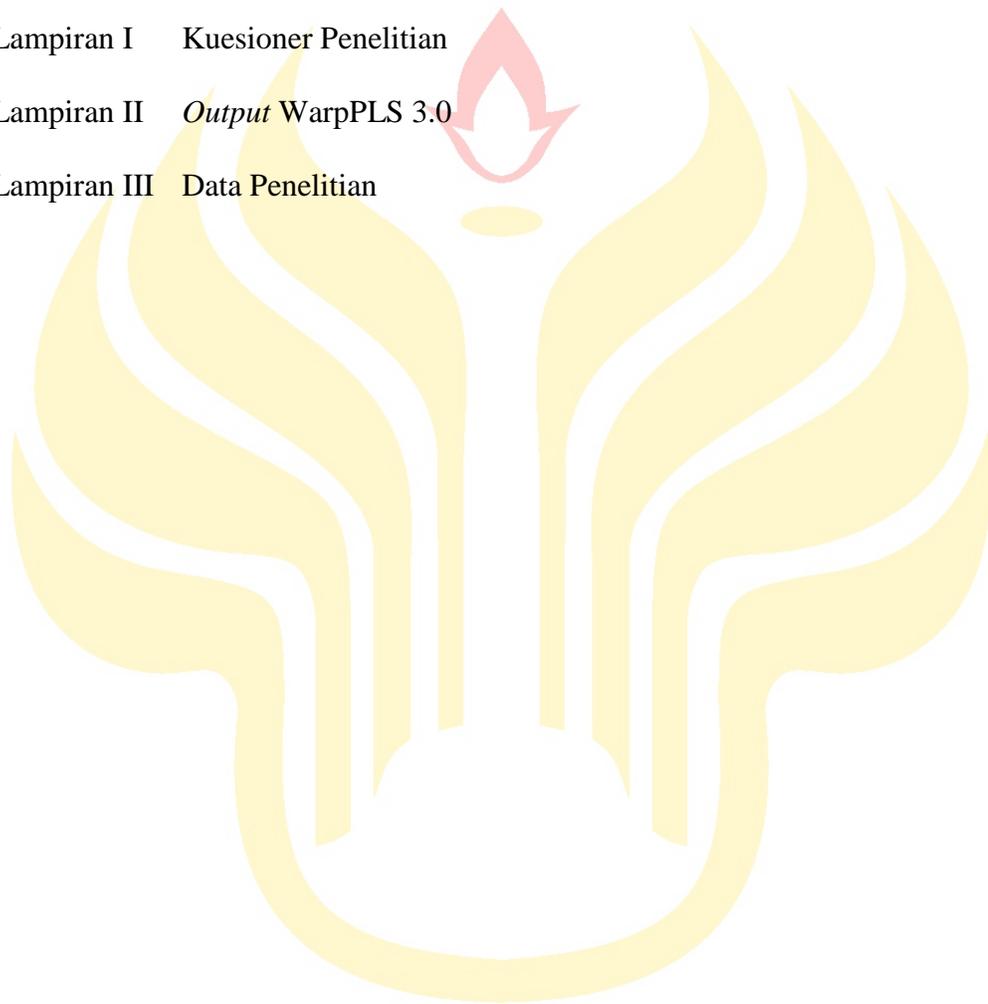
Gambar 1.1. Total Aset, IHSG dan Komposisi Kepemilikan Lokal-Asing.....	2
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1. Structural Equation Model.....	67
Gambar 4.1. <i>Output Plot</i> Hubungan antara NK dan FT.....	85
Gambar 4.2. <i>Output Plot</i> Hubungan antara KV dan FT.....	86
Gambar 4.3. <i>Output Plot</i> Hubungan antara MK dan FT.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II *Output* WarpPLS 3.0

Lampiran III Data Penelitian



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

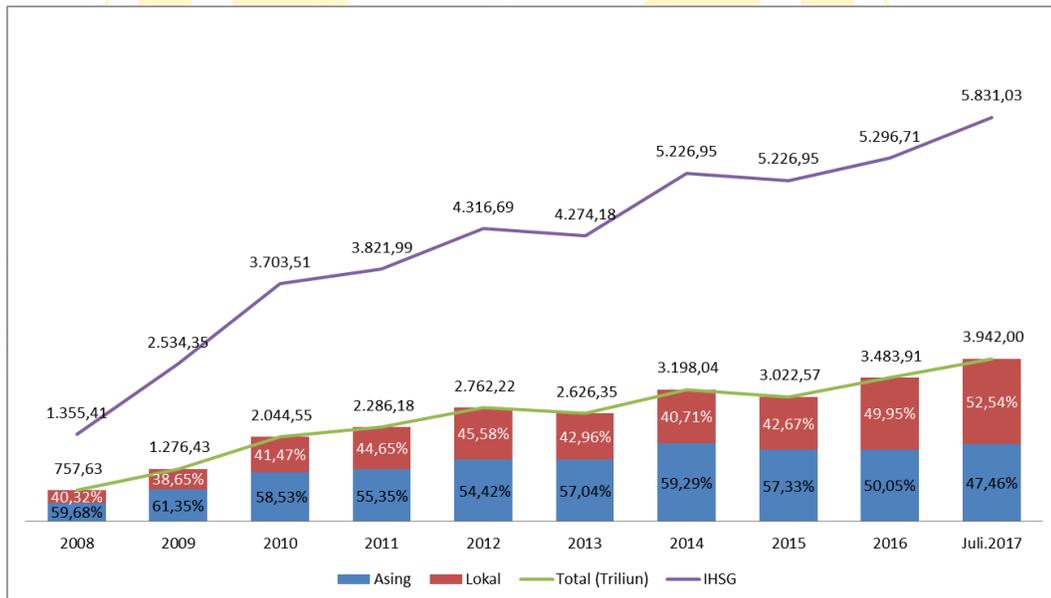
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Investor memiliki banyak pilihan investasi untuk meningkatkan keuntungan atas dana yang ditanamkan. Salah satu pilihan yang dapat dilakukan adalah dengan berinvestasi di pasar modal (Purwaningsih dan Khoiruddin, 2016). Pasar modal merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan untuk menghimpun dana, baik dari dalam maupun dari luar negeri untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan. Baik dalam bentuk hutang maupun modal sendiri, baik yang diterbitkan oleh pemerintah, *public authorities*, maupun perusahaan swasta (Husna, 2003). Pasar modal mempunyai peranan yang sangat penting sebagai sarana penyaluran dana dari investor atau pihak yang kelebihan dana kepada perusahaan atau pihak yang kekurangan dana secara efisien. Tanpa adanya pasar modal maka akses ke sumber dana secara efisien akan berkurang, yang menyebabkan perusahaan akan mengalami kekurangan biaya modal sehingga mengakibatkan perusahaan mengurangi kegiatan usahanya. Selain itu, melalui mekanismenya pasar modal mengalokasikan dana yang tersedia kepada pihak yang paling produktif untuk menggunakan dana tersebut. Dengan demikian pasar modal juga berfungsi untuk mengalokasikan dana secara optimal. Salah satu produk investasi di pasar modal adalah saham. Investor saham

merupakan pemilik saham yang diterbitkan suatu perusahaan, yang sekaligus mempunyai hak kepemilikan atas perusahaan tersebut, sehingga investor berhak atas segala informasi yang berkaitan dengan perkembangan perusahaan (Khoiruddin dan Faizati, 2014).



Gambar 1.1 Total Aset, IHSI dan Komposisi Kepemilikan Lokal-Asing
 Sumber: KSEI (2017)

Indek Bursa Efek Indonesia mengalami peningkatan pesat selama kurun waktu 10 tahun terakhir. Dimana pada akhir tahun 2008, IHSI ditutup di level 1.355,41 dan menjadi hampir lima kali lipatnya pada Juli 2017 dimana per tanggal 31 Juli 2017 IHSI ditutup berada pada level 5.831,03. Selama 2008 hingga 2015 sumber dana yang mengalir di bursa efek Indonesia sebagian besar berasal dari investor asing, dimana antara tahun tersebut kepemilikan investor domestik terhadap saham-saham di BEI hanya berkisar 40% - 42%. Namun setiap tahunnya proporsi kepemilikan lokal selalu

mengingkat menggeser dominasi asing di pasar modal. dalam kurun waktu 8 tahun terakhir komposisi kepemilikan lokal telah meningkat dari 40,32% pada tahun 2008 menjadi 49,95% di tahun 2016. berdasarkan data KSEI hingga akhir bulan Juli 2017 komposisi kepemilikan lokal meningkat dari 49,95% pada akhir 2016 menjadi 52,54% pada bulan Juli 2017. Hal ini menandakan semakin banyaknya investor domestik yang berpartisipasi dalam pasar modal indonesia.

Investor saham lokal yang di dominasi oleh investor retail dalam menyalurkan dananya memerlukan informasi-informasi dari berbagai sumber untuk menilai risiko pada investasinya dan juga untuk memperkirakan return yang akan diperoleh dari investasi tersebut (Pardosi dan Wijayanto, 2015). Dengan informasi yang diperoleh, investor dapat menentukan kapan melakukan posisi jual, beli atau menahan suatu saham. Sebelum memutuskan membeli atau menjual saham para investor akan mengumpulkan informasi. Baik informasi makro ekonomi dan mikro ekonomi. Informasi mikro ekonomi meliputi kinerja perusahaan, perubahan strategi perusahaan, laporan keuangan atau pengumuman deviden perusahaan. Sedangkan informasi makro ekonomi meliputi kebijakan-kebijakan makro ekonomi seperti kebijakan moneter, kebijakan fiskal maupun regulasi pemerintah dalam sektor riil dan keuangan dimana semua informasi itu akan mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Dalam mengumpulkan informasi, investor

menginvestasikan waktunya untuk memperoleh dan menyaring berbagai informasi guna membantu mereka mengambil keputusan investasi. Dalam konsep pasar efisien semua informasi tentang pasar modal dapat di akses oleh semua investor sehingga dalam pengambilan keputusan dapat bersifat rasional dan harga saham mencerminkan informasi yang tersedia. Keterbatasan masyarakat dalam hal pengetahuan pasar modal masih menjadi salah satu kendala utama terlambatnya laju perkembangan pasar modal negara ini dibanding dengan negara-negara lain yang mana masyarakatnya sudah familiar dengan dunia pasar modal (Taslim dan Wijayanto, 2016).

Hipotesis pasar yang efisien atau *efficient market hypothesis* sampai saat ini masih menjadi perdebatan yang menarik dibidang keuangan, masih ada pro dan kontra dikalangan praktisi dan akademisi bidang keuangan tentang hipotesis pasar yang efisien. Pasar yang efisien adalah pasar dimana harga semua sekuritas yang diperdagangkan telah mencerminkan semua informasi yang tersedia (Cahyaningdyah dan Witiastuti, 2010). Teori konsep pasar yang efisien atau *efficiency market hypothesis* (EMH) dikembangkan oleh Fama (1970) yang didasarkan pada Model normatif dari teori keuangan tradisional, menyatakan bahwa pelaku pasar memproses semua informasi pasar secara akurat dan rasional. Efisiensi disini dapat diartikan sebagai seberapa cepat suatu pasar modal dapat menangkap informasi yang relevan dan nantinya akan tercermin pada harga saham.

Menurut Tendelilin (2010) pasar yang efisien adalah pasar dimana harga semua sekuritas yang diperdagangkan telah mencerminkan semua informasi yang tersedia. Jika suatu saat di pasar modal suatu saham bereaksi atas sesuatu hal yang tidak termasuk dalam konsep yang ada dalam pasar efisien, maka hal tersebut dapat disebut sebagai anomali atau gangguan. Oleh sebab itu pada pasar yang efisien, pasar akan cepat bereaksi terhadap informasi baru yang masuk sehingga pasar akan dengan cepat pula mencapai harga keseimbangan yang baru. Oleh karena itu tidak ada informasi baru atau analisis khusus yang menghasilkan *return* tambahan untuk mengungguli pasar. Fama (1970) membagi informasi menjadi tiga tipe, yaitu informasi perubahan harga diwaktu yang lalu, informasi yang tersedia bagi publik dan informasi yang tersedia baik kepada publik maupun tidak, sehingga terdapat tiga bentuk pasar untuk menyatakan efisiensi pasar modal yaitu lemah, setengah kuat dan kuat. Adanya perilaku memaksimalkan keuntungan dari investor ini mengakibatkan faktor informasi dengan relatif cepat diolah dan diterjemahkan oleh para investor dengan aksi jual maupun beli terhadap suatu saham. Berdasarkan hal diatas teori pasar efisien menjelaskan bahwa pasar sepenuhnya efisien karena semua informasi yang ada di pasar sudah tercermin dalam harga sekuritas saat ini, oleh karena itu tidak ada informasi baru atau analisis yang akan menghasilkan tambahan *trading* agar bisa mengungguli pasar. Di sisi lain, perilaku teori keuangan menunjukkan

bagaimana pelaku pasar benar-benar berperilaku pada kenyataannya, yang sesuai dengan model keputusan deskriptif yang digunakan dalam ilmu psikologi. Model deskriptif menunjukkan bagaimana investor gagal memproses semua informasi pasar karena sama seperti hasil keputusan yang lain, keputusan perdagangan investor juga mungkin dipengaruhi oleh banyak proses psikologis seperti perasaan, kesadaran, dan heuristik. Manusia tidak bisa memproses semua informasi yang relevan karena perilaku manusia dipengaruhi oleh "reaksi perasaan" semacam itu sebagai emosi, perasaan, dan suasana hati atau oleh "reaksi kesadaran" seperti terganggu atau dipengaruhi oleh informasi yang tersedia. Individu yang lain, juga menggunakan apa yang disebut "heuristik" yaitu, aturan yang biasa digunakan untuk membuat keputusan dalam jangka waktu yang terbatas agar bisa mengurangi kompleksitas dalam situasi tertentu (Pitters dan Oberlechner, 2014). Dalam proses perkembangannya, berkembang kerangka konseptual dengan mengambil wawasan dari disiplin psikologis lain yaitu psikologi kepribadian untuk menjelaskan alasan variasi dalam perilaku perdagangan investor perorangan. Ketika mereka memilih untuk memperoleh informasi dari sumber yang berbeda. Model teoritis tersebut dalam penelitian ini berusaha untuk menjelaskan bahwa para investor memiliki tipe kepribadian yang beragam dan mungkin dipengaruhi oleh berbagai proses psikologis yang pada akhirnya dapat mempengaruhi cara mereka menafsirkan sinyal dari yang berbeda dari

sumber informasi, sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan perdagangan di saham.

Dalam berbagai penelitian tentang model rasional dan perilaku investasi menunjukkan bahwa semakin banyak informasi yang diperoleh oleh investor akan menyebabkan mereka untuk meningkatkan frekuensi *trading*nya (Abreu dan Mendes, 2012; Barlevy dan Veronesi, 1999; Grossman dan Stiglitz, 1980; Guiso dan Jappelli, 2006; Holthausen dan Verrecchia, 1990; Karpoo, 1986; Peress, 2004; Tauni, Fang, dan Iqbal, 2016; Tauni, Xing, Rao, dan Yousaf, 2015; Tauni, Fang, dan Iqbal, 2017; Tauni, Rao, Fang, dan Gao, 2017). Model di atas menandakan bahwa semakin banyak sinyal informasi yang investor terima atau yang sinyal tersebut mereka anggap tepat akan menimbulkan biaya dalam pengumpulan informasi tersebut. Dengan demikian, biaya dalam memperoleh informasi di atas akan di kompensasikan investor dengan memilih berinvestasi di aset beresiko dengan mengharapkan keuntungan yang lebih besar. Investasi di aset beresiko bersamaan dengan pengumpulan informasi lebih lanjut menyebabkan investor akan sering melakukan penyesuaian portofolio sehingga menyebabkan frekuensi perdagangan menjadi tinggi. (Peress, 2004).

Epstein dan Schneider (2008) dalam risetnya menunjukkan bahwa investor akan lebih sering menyesuaikan portofolio mereka dan investor akan lebih sering melakukan perdagangan ketika mereka mendapat informasi dari

sumber yang dapat dipercaya. Nasihat keuangan dari para profesional memiliki dampak positif dalam perdagangan, hal tersebut karena memungkinkan investor untuk dapat menganalisis kemampuan mereka sendiri dan karena hal tersebut mengarah ke keputusan perdagangan yang lebih rasional (Fischer dan Gerhardt, 2007). Mempertimbangkan pengaruh dari nasihat keuangan di komposisi portofolio, penelitian (Mullainathan, Noeth, dan Schoar, 2012) menunjukkan bahwa nasihat keuangan memiliki hubungan positif dengan eksposur ekuitas. Temuan ini kembali ditegaskan oleh Claire Zhang (2014) yang juga menunjukkan bahwa investor yang menerima nasihat keuangan memiliki tingkat ekuitas yang lebih besar.

Di sisi lain, Kramer (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa investor *retail* berinvestasi lebih banyak pada aset pendapatan tetap dan sisanya pada ekuitas ketika mereka sedang mencari nasihat keuangan. Karabulut (2013) menemukan bahwa individu yang kemampuan secara finansial kurang baik cenderung untuk mempunyai penasihat keuangan. Temuan ini berbeda dengan Bhattacharya, dkk (2012) yang berpendapat bahwa investor yang memiliki kemampuan finansial yang baik mempunyai harapan positif pada nasihat keuangan dan karenanya mereka memilih untuk berkonsultasi dengan penasihat keuangan.

Abreu dan Mendes (2012) menyatakan bahwa investor lebih sering melakukan perdagangan ketika mereka mendapatkan nasihat keuangan dari

para profesional atau menggunakan sumber khusus yang berkredibilitas tinggi untuk memperoleh informasi dan melakukan analisis yang komprehensif. Hal ini ditegaskan kembali dalam penelitian Tauni dkk (2016; 2017) yang menyimpulkan bahwa ada hubungan positif antara pengumpulan informasi dan frekuensi perdagangan.

Ivkovic dan Weisbenner (2007) menyatakan bahwa komunikasi verbal adalah Fenomena luas yang dapat mempengaruhi keputusan keuangan investor *retail*, mereka tidak memiliki keahlian untuk mengevaluasi keputusan investasi dan cenderung mengurangi biaya pencarian informasi dengan mengandalkan komunikasi verbal.

Dalam penelitiannya, Duflo dan Saez (2003) menunjukkan bahwa keputusan karyawan untuk berpartisipasi dalam rencana pensiun dipengaruhi oleh pilihan karyawan lainnya. Di bidang kesehatan dan Survei pensiun pada rumah tangga. Hong, Kubik, dan Stein (2004) mengajukan sebuah model yang menunjukkan bahwa interaksi sosial mungkin mempengaruhi sebagian partisipasi pasar saham. Mereka berpendapat bahwa investor perseorangan menemukan pasar saham lebih menarik ketika rekan-rekan mereka ikut berpartisipasi dalam aktivitas perdagangan. Dalam sebuah studi tentang pengaruh interaksi sosial atas keputusan investasi, Hong, Kubik, & Stein (2005) menemukan bahwa manajer investasi yang berasal dari kota yang sama

cenderung melakukan perdagangan pada saham tertentu jika *fund* manager lainnya juga melakukan perdagangan pada saham serupa.

Brown, Ivkovic, Smith, dan Weisbenner (2008) menunjukkan bahwa partisipasi pasar saham oleh investor individu yang termasuk dalam suatu komunitas tertentu tergantung rata-rata para pemegang saham yang ada dalam perkumpulan tersebut. Mereka menunjukkan bahwa dalam kasus partisipasi pasar saham dalam komunitas ini didorong oleh komunikasi verbal yang memiliki dampak yang lebih kuat di pergaulan masyarakat. Ng dan Wu (2010) memberikan bukti pengaruh efek *Guanxi* (relasi), yang didefinisikan sebagai interaksi sosial dalam bahasa Tiongkok, keputusan perdagangan investor individu dalam pasar Tiongkok. Mereka menemukan bahwa investor Tiongkok di perusahaan cabang yang sama dari perusahaan pialang membuat keputusan perdagangan yang sama.

Kaustia dan Knüpfer (2012) menemukan bahwa return tinggi yang diperoleh oleh lingkungan disekitarnya akan meningkatkan partisipasi investor individu baru yang tinggal di wilayah yang sama. Alasan yang masuk akal bahwa pengalaman pribadi memiliki nilai lebih tinggi daripada informasi statistik umum. Li (2014) meneliti bahwa kemungkinan investor rumah tangga untuk berpartisipasi dalam pasar saham di lima tahun kedepan akan meningkatkan secara substansial jika orang tua atau anak-anak mereka telah membuat keputusan berinvestasi di pasar saham selama lima tahun

sebelumnya. Mereka menyarankan bahwa berbagi informasi antara anggota keluarga secara signifikan mempengaruhi investasi di pasar saham. Changwony, Campbell dan Tabner (2014) menetapkan bahwa keterlibatan aktif seseorang dalam kelompok sosial berpengaruh positif terhadap partisipasi di pasar saham.

Semua temuan di atas tidak konsisten dengan penelitian dari Feng dan Seasholes (2004) yang tidak memberikan bukti efek komunikasi verbal. Mereka mengusulkan bahwa investor individu mengambil keputusan yang sama antar investor individu mungkin karena reaksi umum yang terjadi akibat adanya informasi publik dan bukan efek komunikasi verbal. Abreu dan Mendes (2012) menemukan bahwa interaksi sosial mengurangi perdagangan khususnya selama masa krisis keuangan atau ketika pasar kembali ke tren negatif.

Hasil penelitian Tauni, Fang dan Iqbal (2016) menunjukkan bahwa sumber informasi yang digunakan oleh investor sebagai dasar keputusan keuangan mereka, memiliki dampak yang signifikan pada frekuensi perdagangan. Penelitian ini menemukan bahwa nasihat keuangan memiliki dampak positif yang signifikan pada frekuensi perdagangan, sedangkan komunikasi verbal memiliki dampak negatif pada intensitas perdagangan.

Tauni, Fang dan Iqbal (2017) kembali menegaskan bahwa nasihat keuangan dari profesional dapat meningkatkan frekuensi *trading*, sedangkan

komunikasi verbal menyebabkan investor lebih jarang menyesuaikan portofolionya. Penelitian Tauni dkk (2017) memiliki hasil yang konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya dimana investor yang mendapat nasihat keuangan akan lebih meningkatkan frekuensi *trading*. Sedangkan investor akan lebih jarang melakukan perdagangan ketika mereka mendapatkan informasi dari komunikasi verbal. Mereka juga menemukan bahwa media khusus yang investor gunakan untuk mengumpulkan informasi dengan usahanya sendiri memiliki dampak yang positif terhadap intensitas *trading*.

Berdasarkan penelitian terdahulu, menurut penelitian Tauni, Fang dan Iqbal (2016, 2017), Tauni dkk (2017), Abreu dan Mendes (2012) serta Durand, Newby dan Sanghani (2008) telah menggunakan beberapa faktor sumber informasi. Faktor-faktor sumber informasi tersebut didefinisikan menjadi tiga kategori. Nasihat keuangan, yaitu sumber informasi yang berasal dari nasihat manajer bank, penasihat keuangan atau broker. Komunikasi verbal melalui teman, keluarga, rekan dan kolega serta sumber personal lainnya. Serta media khusus seperti laporan keuangan, majalah keuangan, kutipan buletin pasar modal, dan media khusus lainnya yang di gunakan oleh investor untuk mengumpulkan informasi. Lebih jelasnya peneliti telah merangkum perbedaan penelitian terdahulu dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1. Research Gap

Research Gap	Nama Peneliti	Isu	Hasil Penelitian
Perbedaan hasil pengaruh nasihat keuangan terhadap <i>trading</i> frekuensi	Epstein dan Schneider (2008)	Investor menyesuaikan portofolio mereka lebih sering dan meningkatkan frekuensi perdagangannya ketika mereka mendapat informasi dari sumber yang dapat di percaya	Nasihat keuangan dari para profesional memiliki dampak positif dalam perdagangan
	Mullainathan, Noeth dan Schoar (2012)		nasihat keuangan memiliki hubungan positif dengan perdagangan ekuitas
	Claire Zhang (2014)		investor yang menerima nasihat keuangan memiliki tingkat ekuitas yang lebih besar
	Kramer (2012)		investor ritel berinvestasi lebih banyak pada aset pendapatan tetap dan sisanya pada ekuitas ketika mereka sedang mencari nasihat keuangan
	Karabulut (2013)		individu yang kemampuan secara finansial kurang baik cenderung untuk mempunyai penasihat keuangan
	Bhattacharya dkk (2012)		investor yang memiliki kemampuan finansial yang baik mempunyai harapan positif pada nasihat keuangan dan karenanya mereka memilih untuk berkonsultasi dengan penasihat keuangan
	Abreu dan Mendes (2012)		investor lebih sering melakukan perdagangan ketika mereka mendapatkan nasihat keuangan dari para

			profesional
	Tauni, Fang dan Iqbal (2016)		Nasihat keuangan memiliki hubungan positif pada frekuensi perdagangan
Perbedaan hasil pengaruh komunikasi verbal terhadap <i>trading</i> frekuensi	Tauni, Fang dan Iqbal (2016)	Investor menyesuaikan portofolio mereka lebih sering dan meningkatkan frekuensi perdagangannya ketika mereka mendapat informasi dari sumber yang dapat di percaya	Komunikasi verbal memiliki dampak negatif pada frekuensi perdagangan
	Ivkovic dan Weisbenner (2007)		Mereka yang tidak memiliki keahlian untuk mengevaluasi keputusan investasi dan cenderung mengurangi biaya pencarian informasi dengan mengandalkan komunikasi verbal
	Changwony, Campbell dan Tabner (2014)		bahwa keterlibatan aktif seseorang dalam kelompok sosial berpengaruh positif terhadap partisipasi di pasar saham
	Feng dan Seasholes (2004)		tidak memberikan bukti efek komunikasi verbal
	Abreu dan Mendes (2012)		interaksi sosial mengurangi perdagangan khususnya selama masa krisis keuangan atau ketika pasar kembali ke tren negatif
Perbedaan hasil pengaruh media khusus terhadap <i>trading</i> frekuensi	Argentesi, Lutkepohl dan Motta (2010)	Investor menyesuaikan portofolio mereka lebih sering dan meningkatkan frekuensi perdagangannya	Hasil penjualan dari koran keuangan tidak memiliki hubungan dengan kuantitas perdagangan di bursa efek Italia.

	Abreu dan Mendes (2012)	ketika mereka mendapat informasi dari sumber yang dapat di percaya	investor akan lebih sering melakukan perdagangan ketika mereka mendapatkan nasihat keuangan dari para profesional atau menggunakan media khusus karena kredibilitasnya yang tinggi dan analisis saham yang komprehensif
	Tauni, Fang dan Iqbal (2016)		investor dengan pola pikir terbuka lebih jarang melakukan perdagangan ketika mereka memperoleh informasi dari media khusus
Perbedaan hasil pengaruh moderasi <i>openness</i> terhadap hubungan sumber informasi dan frekuensi <i>trading</i>	Tauni dkk (2017)	Tipe kepribadian investor mempengaruhi perilaku dan kinerja perdagangan di sektor keuangan	<i>Openness</i> berhubungan positif moderat pada nasihat keuangan dan media khusus dengan <i>trading</i> frekuensi. <i>Openness</i> memperkuat hubungan negatif antara komunikasi verbal dan intensitas <i>trading</i>
	Tauni, Fang dan Iqbal (2016)		<i>Openness</i> positif moderat terhadap hubungan antara nasihat keuangan dan frekuensi <i>trading</i>
	Tauni dkk (2015)		<i>Openness</i> memiliki hubungan negatif moderat antara perolehan informasi dan <i>trading</i> frekuensi
	Hangewa (2014)		Tidak ada pengaruh positif dan signifikan <i>openness</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek

Perbedaan hasil pengaruh moderasi <i>Conscientiousness</i> terhadap hubungan sumber informasi dan frekuensi <i>trading</i>	Tauni dkk (2017)	Tipe kepribadian investor mempengaruhi perilaku dan kinerja perdagangan di sektor keuangan	<i>Conscientiousness</i> berpengaruh negatif moderat pada sumber utama informasi pada <i>trading</i> frekuensi. <i>Conscientiousness</i> mengurangi hubungan positif dari nasihat keuangan dan media khusus dengan intensitas <i>trading</i>
	Tauni, Fang dan Iqbal (2016)		<i>Conscientious</i> investor melakukan perdagangan lebih sering ketika mereka menggunakan informasi media khusus, dan melakukan perdagangan lebih sedikit ketika memperoleh nasihat profesional
	Tauni dkk (2015)		<i>Conscientiousness</i> memiliki hubungan positif moderat antara perolehan informasi dan <i>trading</i> frekuensi
	Hangewa (2014)		Tidak ada pengaruh positif dan signifikan <i>conscientiousness</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek
Perbedaan hasil pengaruh moderasi <i>extraverted</i> terhadap hubungan sumber informasi dan frekuensi <i>trading</i>	Tauni dkk (2017)	Tipe kepribadian investor mempengaruhi perilaku dan kinerja perdagangan di sektor keuangan	investor <i>extraverted</i> akan melakukan perdagangan lebih sering ketika mereka memperoleh informasi dari penasihat atau teman.
	Tauni, Fang dan Iqbal (2016)		<i>Extravert</i> investor melakukan perdagangan lebih sering ketika memperoleh informasi

			dari verbal. Dan kebalikannya ketika memperoleh informasi dari penasihat keuangan
	Tauni dkk (2015)		<i>extraversion</i> memiliki hubungan positif moderat antara perolehan informasi dan <i>trading</i> frekuensi
	Hangewa (2014)		Tidak ada pengaruh positif dan signifikan <i>extraversion</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek
Perbedaan hasil pengaruh moderasi <i>neuroticism</i> terhadap hubungan sumber informasi dan frekuensi <i>trading</i>	Tauni dkk (2017)	Tipe kepribadian investor dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja perdagangan di sektor keuangan	Investor dengan sifat <i>neuroticism</i> yang tinggi akan melakukan perdagangan lebih sering ketika mereka memperoleh nasihat keuangan dan lebih sedikit ketika mereka memperoleh informasi dari komunikasi verbal.
	Tauni, Fang dan Iqbal (2016)		<i>Neuroticism</i> positif moderat terhadap hubungan antara nasihat keuangan dengan <i>trading</i> .
	Tauni dkk (2015)		<i>Neuroticism</i> tidak memiliki hubungan moderat antara perolehan informasi dan <i>trading</i> frekuensi.
	Hangewa (2014)		Terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>neuroticism</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek
Perbedaan hasil pengaruh moderasi	Tauni dkk (2017)	Tipe kepribadian	<i>Agreeableness</i> bersifat positif moderat pada

<i>Agreeableness</i> terhadap hubungan sumber informasi dan frekuensi <i>trading</i>		investor dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja perdagangan di sektor keuangan	hubungan dari nasihat keuangan dan komunikasi verbal dengan <i>trading</i> frekuensi.
	Tauni, Fang dan Iqbal (2016)		<i>Agreeableness</i> bersifat positif moderat terhadap hubungan antara komunikasi verbal dengan frekuensi <i>trading</i> .
	Tauni dkk (2015)		<i>agreeableness</i> tidak memiliki hubungan moderat antara perolehan informasi dan <i>trading</i> frekuensi.
	Hangewa (2014)		Ada pengaruh positif dan signifikan <i>agreeableness</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek

Sumber: Kumpulan Jurnal dan Hasil Penelitian sebelumnya (2017)

Dalam pengambilan keputusan investasi selain dipengaruhi oleh sumber informasi yang diperoleh, kepribadian investor dalam berinvestasi juga sangat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi seperti pemilihan saham dan keputusan perdagangan. Faktor kepribadian sebagai karakter pribadi dalam pengelolaan keuangan. Termasuk menyangkut bagaimana perilaku seseorang menggunakan seluruh pendapatannya. Sering dialokasikan melalui pengeluaran dan didasari oleh perilaku mereka yang tercermin dalam gaya hidup, pengaruh lingkungan maupun dorongan pada dirinya (Subiaktano, 2013)

Teori pasar efisien menunjukkan bagaimana pelaku pasar berperilaku terhadap informasi yang tersedia, berbeda dengan model deskriptif pengambilan keputusan yang digunakan dalam psikologi. Model deskriptif menunjukkan bagaimana investor sulit untuk memproses semua informasi pasar, keputusan perdagangan investor mungkin juga dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis. Variabel psikologi dalam mempengaruhi interaksi pengumpulan informasi telah banyak dibahas dalam berbagai bidang ilmu, tetapi dalam konsep pengambilan keputusan keuangan, variabel psikologi investor masih sangat jarang di bahas. Dalam literatur perilaku keuangan, muncul beberapa Studi yang juga memberikan bukti bagaimana tipe kepribadian investor dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja perdagangan di sektor keuangan (Fenton-O’Creevy dkk, 2004; Hunter dan Kemp, 2004; Durand, Newby dan Sanghani, 2008; Durand, Newby, Peggs, dkk., 2013; Durand, Newby, Tant, dkk, 2013; Tauni dkk, 2015, 2017, Tauni, Fang dan Iqbal, 2016, 2017; Yang, Hsu dan Tu, 2016).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, hasil dari penelitian sebelumnya yang masih menunjukkan kurangnya relatifitas hubungan dampak dari sumber utama informasi terhadap frekuensi perdagangan investor di pasar modal. Selain itu, pada penelitian sebelumnya hanya sedikit yang memberikan bukti bahwa dampak pengambilan keputusan dan pencarian informasi dipengaruhi oleh psikologis investor seperti faktor kepribadian. Di dalam

negeri baru terdapat beberapa penelitian perilaku investor keuangan yang menggunakan variabel tipe kepribadian. Seperti penelitian Hangewa (2014) yang meneliti pengaruh tipe kepribadian dengan orientasi investasi. Serta penelitian Widyasari (2014) studi empiris tentang pengaruh faktor demografis investor dan karakter kepribadian terhadap prefensi saham, penelitian Putri, Bramanti dan Hakim (2017) tentang pengaruh faktor kepribadian terhadap toleransi resiko keputusan investasi saham. Perlu kita ketahui belum ada penelitian yang menggunakan sumber informasi sebagai variabel penelitian dengan menjadikan tipe kepribadian sebagai variabel moderasinya.

Berdasarkan penelitian terdahulu, permasalahan serta alasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian-penelitian tersebut dengan menggunakan anggota Forum Kelompok Studi Pasar Modal Kota Semarang yang terdiri dari 10 Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) dari berbagai Universitas di Semarang yang aktif melakukan investasi di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitiannya. Oleh karenanya peneliti mengusulkan penelitian tentang dampak dari berbagai sumber informasi terhadap frekuensi perdagangan dapat bervariasi tergantung pada tipe sifat-sifat kepribadian investor di bursa efek Indonesia.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

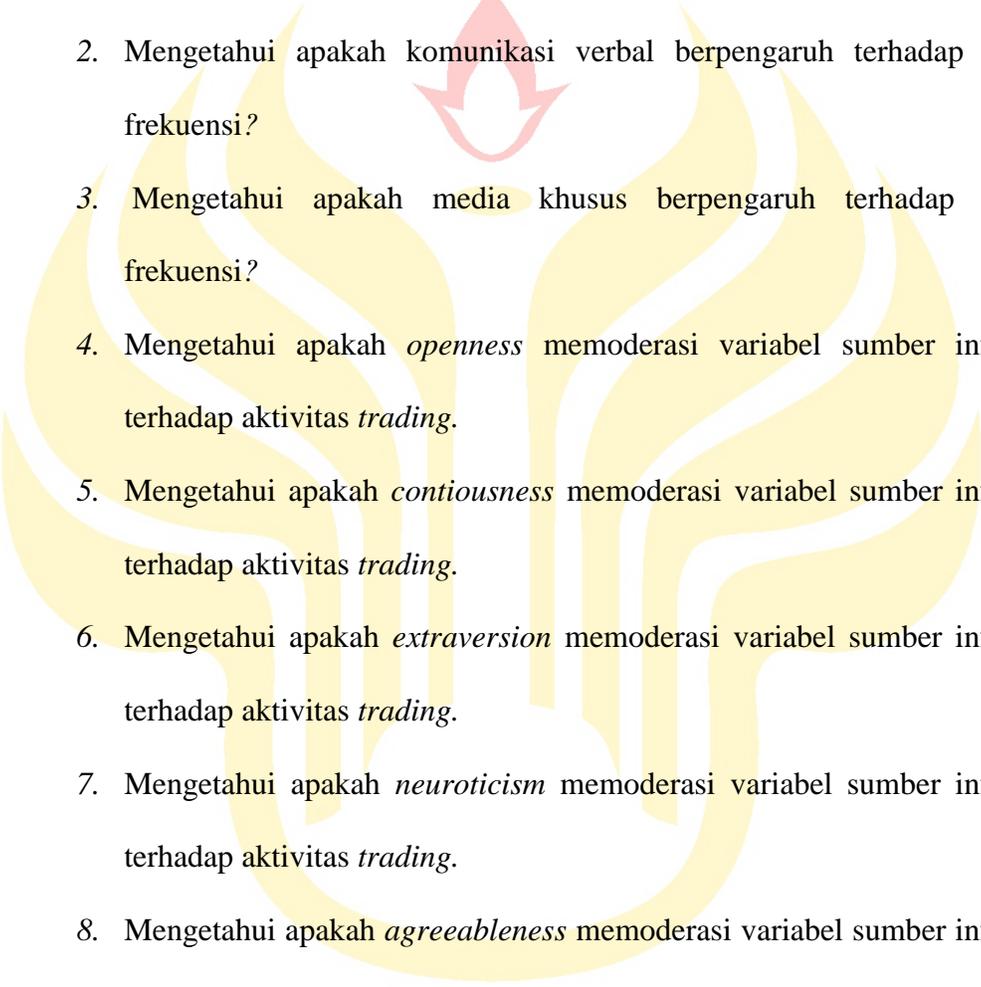
1.2. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah nasihat keuangan berpengaruh terhadap *trading* frekuensi?
2. Apakah komunikasi verbal berpengaruh terhadap *trading* frekuensi?
3. Apakah media khusus berpengaruh terhadap *trading* frekuensi?
4. Apakah *openness* menjadi variabel moderasi pengaruh sumber informasi terhadap aktivitas *trading*?
5. Apakah *contiousness* menjadi variabel moderasi pengaruh sumber informasi terhadap aktivitas *trading*?
6. Apakah *extraversion* menjadi variabel moderasi pengaruh sumber informasi terhadap aktivitas *trading*?
7. Apakah *neuroticism* menjadi variabel moderasi pengaruh sumber informasi terhadap aktivitas *trading*?
8. Apakah *agreeableness* menjadi variabel moderasi pengaruh sumber informasi terhadap aktivitas *trading*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 
- The image features a large, semi-transparent watermark of the UNNES logo in the background. The logo consists of a stylized yellow flame or leaf shape with a red flame-like element at the top center. Below the logo, the text 'UNNES' is written in a large, bold, blue font, and 'UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG' is written in a smaller, blue font below it.
1. Mengetahui apakah nasihat keuangan berpengaruh terhadap *trading* frekuensi.
 2. Mengetahui apakah komunikasi verbal berpengaruh terhadap *trading* frekuensi?
 3. Mengetahui apakah media khusus berpengaruh terhadap *trading* frekuensi?
 4. Mengetahui apakah *openness* memoderasi variabel sumber informasi terhadap aktivitas *trading*.
 5. Mengetahui apakah *contiousness* memoderasi variabel sumber informasi terhadap aktivitas *trading*.
 6. Mengetahui apakah *extraversion* memoderasi variabel sumber informasi terhadap aktivitas *trading*.
 7. Mengetahui apakah *neuroticism* memoderasi variabel sumber informasi terhadap aktivitas *trading*.
 8. Mengetahui apakah *agreeableness* memoderasi variabel sumber informasi terhadap aktivitas *trading*.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai referensi baru dalam memperkaya khazanah penelitian mengenai perilaku keuangan khususnya dalam bidang tipe kepribadian, sumber informasi dan *trading*.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat penelitian bagi investor yaitu sebagai bahan pertimbangan dalam mengetahui tipe kepribadian dan asal sumber informasi sehingga diharapkan investor lebih realistis dalam mengambil keputusan perdagangannya.
- b. Manfaat penelitian bagi manajer investasi yaitu sebagai pertimbangan untuk lebih memahami karakteristik investor yang dapat di gunakan untuk perencanaan dan pengelolaan investasi.
- c. Manfaat penelitian bagi perusahaan sekuritas yaitu sebagai pertimbangan edukasi dan pemberian informasi mengenai pasar modal kepada investor guna meningkatkan pemahaman dan aktivitas perdagangannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Pasar Efisien dan Teori Perilaku Keuangan

Hipotesis pasar yang efisien (EMH), yang didasarkan pada model normatif teori keuangan tradisional, menyatakan bahwa pelaku pasar yang rasional memproses semua informasi pasar secara akurat. EMH juga menjelaskan bahwa pasar sepenuhnya efisien karena semua informasi yang ada di pasar sudah tercermin dalam harga sekuritas saat ini, oleh karena itu tidak ada informasi baru atau analisis yang akan menghasilkan tambahan *trading* agar bisa mengungguli pasar. Di sisi lain, perilaku teori keuangan menunjukkan bagaimana pelaku pasar benar-benar berperilaku pada kenyataannya, yang sesuai dengan model keputusan deskriptif yang digunakan dalam ilmu psikologi. Model deskriptif menunjukkan bagaimana investor gagal memproses semua informasi pasar karena sama seperti hasil keputusan yang lain, keputusan perdagangan investor juga mungkin dipengaruhi oleh banyak proses psikologis seperti perasaan, kesadaran, dan heuristik. Manusia tidak bisa memproses semua informasi yang relevan karena perilaku manusia dipengaruhi oleh "reaksi perasaan" semacam itu sebagai emosi, perasaan, dan suasana hati atau oleh "reaksi kesadaran" seperti terganggu atau dipengaruhi oleh informasi yang tersedia. Individu yang lain,

juga menggunakan apa yang disebut "heuristik" yaitu, aturan yang biasa digunakan untuk membuat keputusan dalam jangka waktu yang terbatas agar bisa mengurangi kompleksitas dalam situasi tertentu (Pitters & Oberlechner, 2014). Dalam proses perkembangannya, berkembang kerangka konseptual dengan mengambil wawasan dari disiplin psikologis lain yaitu psikologi kepribadian untuk menjelaskan alasan variasi dalam perilaku perdagangan investor perorangan Ketika mereka memilih untuk memperoleh informasi dari sumber yang berbeda. Model teoritis tersebut dalam penelitian ini berusaha untuk menjelaskan bahwa para investor memiliki tipe kepribadian yang beragam dan mungkin dipengaruhi oleh berbagai proses psikologis yang pada akhirnya dapat mempengaruhi cara mereka menafsirkan sinyal dari yang berbeda dari sumber informasi, sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan perdagang di saham.

Teori pengambilan keputusan sangat penting untuk dipahami karena segala aktivitas di bidang keuangan selalu bermuara pada pengambilan keputusan (*decision making*). Teori pengambilan keputusan investasi mengasumsikan bahwa individu (investor) sebagai pengambil keputusan akan berperilaku rasional. Teori perilaku keuangan adalah salah satu ilmu terapan baru dalam ilmu keuangan karena teori ini mengaplikasikan ilmu psikologi dalam disiplin ilmu keuangan. Perilaku keuangan merupakan analisis investasi yang menerapkan ilmu psikologi dan ilmu keuangan, yaitu suatu

pendekatan yang menjelaskan bagaimana manusia (investor) melakukan investasi atau berhubungan dengan keuangan dipengaruhi oleh faktor psikologi. Perilaku keuangan bermaksud untuk memahami perilaku investor dalam mengambil keputusan investasi dan bertindak di pasar modal. Dalam berbagai penelitian tentang model rasional dan perilaku penentu investasi menunjukkan bahwa semakin banyak informasi yang diperoleh oleh investor akan menyebabkan mereka untuk meningkatkan frekuensi *trading*nya (Grossman dan Stiglitz, 1980; Karpoo, 1986; Holthausen dan Verrecchia, 1990; Barlevy dan Veronesi, 1999; Peress, 2004; Guiso dan Jappelli, 2006; Abreu dan Mendes, 2012; Tauni dkk, 2015, 2017, Tauni, Fang dan Iqbal, 2017, 2016).

Penjelasan dari landasan teori di atas adalah bahwa semakin banyak sinyal informasi yang investor terima atau yang mereka anggap sinyal tersebut tepat akan menimbulkan biaya dalam pengumpulan informasi tersebut. Dengan demikian, biaya dalam memperoleh informasi di atas akan di kompensasikan investor dengan memilih berinvestasi di aset berisiko dengan mengharapkan keuntungan yang lebih besar. Investasi di aset berisiko bersamaan dengan pengumpulan informasi lebih lanjut menyebabkan investor akan sering melakukan penyesuaian portofolio sehingga menyebabkan frekuensi perdagangan menjadi tinggi. (Peress, 2004).

2.1.2. Sumber informasi dan *trading*

2.1.2.1. Definisi Sumber Informasi dan *Trading*

Perilaku keuangan sangat berperan dalam pengambilan keputusan investasi. Pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari sejumlah alternatif yang tersedia dalam pengaruh situasi yang kompleks (Kernan dan Mojena, 1973) (Kernan dan Mojena, 1973) (Kernan dan Mojena, 1973). Pengambilan keputusan investasi akan sangat dipengaruhi oleh sumber informasi yang diperoleh serta kepribadian investor dalam berinvestasi. Konsep mengenai investor (individu) yang rasional dalam teori pengambilan keputusan menunjukkan bahwa dalam pengambilan keputusan, tindakan yang dipilih adalah tindakan yang akan menghasilkan utilitas (*utility*) tertinggi yang diharapkan. Investor yang rasional akan mencari informasi yang relevan untuk mendukung mereka dalam melakukan analisis untuk proses pengambilan keputusan investasi agar memberikan kepuasan (*utility*) yang optimal (Kernan dan Mojena, 1973).

Berdasarkan konsep ini, setiap tindakan individu bertujuan untuk memaksimalkan jumlah utilitas untuk mencapai kepuasan. Demikian halnya, pengambilan keputusan investasi oleh investor dilakukan secara rasional dalam rangka memaksimalkan utilitasnya.

2.1.2.1.1. Nasihat Keuangan

Nasihat keuangan menurut Abreu dan Mendes (2012) serta Durand, Newby dan Sanghani (2008) adalah sumber informasi yang berasal dari para profesional. Informasi ini biasanya berisi tentang analisis suatu instrumen investasi yang dapat di jadikan acuan oleh investor dalam menyesuaikan portofolionya, yang nantinya dalam penyesuaian portofolio investasi mereka akan melakukan perdagangan dengan menjual atau membeli instrumen keuangan. Investor mendapatkan informasi ini dari manajer bank, penasihat keuangan, dan broker. Nasihat keuangan dapat mempengaruhi *trading* frekuensi investor menjadi dua arah yang berlawanan, dimana penasihat keuangan profesional cenderung tidak terkena dampak bias perilaku, mereka dapat membatasi perdagangan klien mereka (Shapira dan Venezia, 2001). Di sisi lain, penasihat keuangan memiliki insentif untuk mendapatkan komisi *trading* yang tinggi dapat mendorong mereka untuk meningkatkan perdagangan klien mereka (Haigh dan List, 2005). Telah diperdebatkan bahwa Kualitas sumber informasi memiliki dampak positif pada perdagangan. bahwa sumber informasi yang berasal dari profesional menyebabkan investor dapat menyesuaikan portofolio mereka lebih sering (Epstein dan Schneider, 2008).

Karabulut (2013) menemukan bahwa individu yang kemampuan secara finansial kurang baik cenderung untuk mempunyai penasihat

keuangan. Temuan ini berbeda dengan Bhattacharya dkk (2012) yang berpendapat bahwa investor yang memiliki kemampuan finansial yang baik mempunyai harapan positif pada nasihat keuangan dan karenanya mereka memilih untuk berkonsultasi dengan penasihat keuangan.

2.1.2.1.2. Komunikasi verbal

Menurut Tauni, Fang dan Iqbal (2017) yang dimaksud dengan komunikasi verbal adalah dimana investor berpegang pada interaksi sosial untuk bertukar informasi tentang pasar modal. Komunikasi verbal adalah sumber informasi yang investor dapatkan melalui teman dan keluarga, rekan dan kolega serta sumber pribadi lainnya. Investor individu yang memiliki kekurangan dalam mengevaluasi keputusan investasinya akan menghemat waktu mereka dalam berinvestasi dengan mempercayai sumber informasi yang berasal dari komunikasi verbal (Ivkovic dan Weisbenner, 2007). Hal ini senada dengan penelitian Van Rooij, Lusardi dan Alessie (2011) yang juga menunjukkan bahwa investor awam mengambil arahan dari sumber umum seperti keluarga, teman atau kolega daripada mencari nasihat dari profesional.

Hong, Kubik dan Stein (2004) berpendapat bahwa investor perseorangan berpikir pasar saham lebih menarik ketika rekan-rekan mereka ikut berpartisipasi dalam aktivitas perdagangan, hal ini menunjukkan bahwa interaksi sosial mungkin mempengaruhi sebagian partisipan pasar saham.

Changwony, Campbell dan Tabner (2014) menetapkan bahwa keterlibatan aktif seseorang dalam kelompok sosial berpengaruh positif terhadap partisipasi di pasar saham. Feng dan Seasholes (2004) berpendapat bahwa investor individu membuat keputusan yang serupa karena reaksi umum dari informasi publik daripada dari efek komunikasi verbal.

2.1.2.1.3. Media khusus

investor akan lebih sering melakukan perdagangan ketika mereka mendapatkan nasihat keuangan dari para profesional atau menggunakan media khusus karena kredibilitasnya yang tinggi dan analisis saham yang komprehensif (Abreu dan Mendes, 2012). Media khusus yaitu sumber informasi yang investor dapatkan lewat laporan keuangan, majalah keuangan, kutipan buletin pasar modal, dan media khusus lainnya yang di gunakan oleh investor untuk mengumpulkan informasi guna membantu menganalisis portofolio (Tauni, Fang dan Iqbal, 2016, 2017; Tauni dkk, 2017).

Penelitian Abreu dan Mendes (2012) menunjukkan bahwa investor *non-overconfident* melakukan perdagangan saham lebih sering ketika mereka mendapat nasihat keuangan atau menggunakan media khusus sebagai perbandingan ketika mereka mengumpulkan informasi dan orang lain (*interpersonal sources*). Hal ini berbeda dengan hasil penelitian Argentesi, Lutkepohl dan Motta (2010) yang menunjukkan bahwa penjualan koran

keuangan tidak memiliki hubungan dengan kuantitas perdagangan di bursa efek Italia. Mereka berpendapat bahwa semakin banyak informasi yang di kumpulkan oleh investor tidak selalu mendorong mereka untuk lebih sering melakukan perdagangan karena hal itu dapat juga meindikasikan bahwa melakukan perdagangan adalah ide yang buruk.

Tauni, Fang dan Iqbal (2016) menemukan bahwa investor dengan pola pikir terbuka lebih jarang melakukan perdagangan ketika mereka memperoleh informasi dari media khusus. Temuan ini tidak konsisten dengan Finley dan Finley (1996) serta (Kasperson, 1978) dimana menunjukkan bahwa ketertarikan yang tinggi pada investor terbuka di berbagai pengalaman dapat menuntun mereka untuk berkonsultasi tentang media khusus, dan semakin bervariasi dan inovasi pengumpulan informasi dari media khusus ini dapat memberikan mereka kesempatan untuk mencari solusi alternatif.

2.1.2.2. Indikator Sumber Informasi dan *Trading*

Tiga indikator sumber informasi yang kami gunakan berasal dari penelitian terdahulu (Durand, Newby dan Sanghani, 2008; Abreu dan Mendes, 2012; Tauni, Fang dan Iqbal, 2016, 2017; Tauni dkk, 2017), yaitu:

1. Nasihat keuangan, yaitu sumber informasi yang investor dapatkan dari profesional seperti manajer bank, penasihat keuangan, broker.

2. Komunikasi verbal, yaitu sumber informasi yang investor dapatkan melalui teman dan keluarga, rekan dan kolega serta sumber pribadi lainnya.
3. Media khusus, yaitu sumber informasi yang investor dapatkan lewat laporan keuangan, majalah keuangan, kutipan buletin pasar modal, dan media khusus lainnya yang di gunakan oleh investor untuk mengumpulkan informasi.

2.1.3. Psikologi investor

2.1.3.1. Definisi Psikologi investor

Dalam pengambilan keputusan investasi selain dipengaruhi oleh sumber informasi yang diperoleh, kepribadian investor dalam berinvestasi juga sangat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi seperti pemilihan saham dan keputusan perdagangan. Tiap-tiap investor memiliki jenis kepribadian yang berbeda dalam melakukan keputusan investasi.

Dalam ilmu psikologi, kepribadian adalah seluruh karakteristik seseorang atau sifat umum banyak orang yang mengakibatkan pola yang menetap dalam merespon suatu situasi (Pervin, Cervone dan John, 2005). Oleh karena itu kepribadian seorang investor dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Variabel psikologi dalam mempengaruhi interaksi pengumpulan informasi telah banyak dibahas dalam

berbagai bidang ilmu, tetapi dalam konsep pengambilan keputusan keuangan, variabel psikologi investor masih sangat jarang di bahas.

Kepribadian merupakan salah satu variabel psikologi yang dapat mempengaruhi pencarian informasi dan strategi perdagangan investor. Dalam situasi tertentu, kepribadian membentuk kecenderungan tertentu terhadap karakteristik reaksi tertentu. Oleh karenanya, kepribadian dapat disimpulkan sebagai faktor utama manusia (Heinström, 2003). Dalam penelitian tentang pencarian informasi, pengaruh tipe kepribadian terhadap strategi pencarian informasi telah diteliti selama bertahun-tahun (Kernan dan Mojena, 1973; Myers, McCaulley dan Most, 1985; Vancouver dan Morrison, 1995; Mayne, 1999; Marcus, Neuman dan MacKuen, 2000; Ishida, 2005; Litman, Hutchins dan Russon, 2005; Henderson dkk, 2006; Lu dkk, 2006). Dalam literatur perilaku keuangan, muncul beberapa Studi yang juga memberikan bukti bagaimana tipe kepribadian investor dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja perdagangan di sektor keuangan (Fenton-O’Creevy dkk, 2004; Hunter dan Kemp, 2004; Durand, Newby dan Sanghani, 2008; Durand, Newby, Peggs, dkk, 2013; Durand, Newby, Tant, dkk, 2013; Tauni dkk, 2015, 2017, Tauni, Fang dan Iqbal, 2016, 2017; Yang, Hsu dan Tu, 2016).

Loibl dan Hira (2009) menyelidiki penggunaan sumber informasi oleh investor dalam pengambilan keputusan keuangan dengan mempertimbangkan adanya faktor demografis, psikologis (orientasi masa depan, disiplin investor,

toleransi risiko, minat investasi, kepercayaan investor dan kepuasan finansial) dan keterlibatan variabel kepribadian (otoritas keputusan, perubahan partisipasi dan tindakan investasi). Dalam studinya mereka memasukan sumber berbasis internet, sumber media massa, sumber interpersonal dan sumber berbasis tempat kerja. Mereka mengaktegorikan investor kedalam lima golongan berdasarkan penggunaan informasi, yaitu: investor yang seimbang, investor online, investor moderat, investor pekerja dan investor yang enggan. Dalam survei lain pada jenis kelamin dan perspektif dalam pencarian informasi keuangan, Loibl dan Hira (2011) menyatakan bahwa perbedaan jenis kelamin memang berpengaruh dalam pemilihan sumber informasi dan frekuensi perdagangan mereka. Mereka juga menemukan bahwa karakteristik psikologi yaitu kepercayaan diri dan toleransi terhadap risiko dapat menyebabkan perbedaan dalam strategi pencarian informasi investasi.

Menggunakan kerangka kepribadian *Big Five*, Durand, Newby dan Sanghani (2008) Menunjukkan bahwa ciri-ciri kepribadian investor mempengaruhi sumber utama pemilihan informasi untuk mengambil keputusan investasinya. Mereka menemukan hubungan positif antara *openness* dan *neuroticism* dengan nasihat keuangan. Mereka menyatakan bahwa hubungan dari sifat-sifat ini terhadap nasihat keuangan konsisten dengan pendapat bahwa investor *neuroticism* dan *open minded* cenderung

memperoleh nasihat keuangan dari para profesional. Mereka juga menemukan hubungan positif dari *conscientiousness* dengan penggunaan publikasi keuangan seperti laporan keuangan sebagai sumber informasi utama. Penelitian ini mungkin sejalan dengan penjelasan bahwa investor dengan *conscientiousness* akan bekerja dengan lebih giat untuk mengumpulkan informasi yang relatif akurat dan relevan (Costa dan McCrae, 1992). Kemudian, Durand, Newby dan Sanghani (2008) juga menemukan bahwa preferensi dari karakteristik *extraversion* memiliki asosiasi positif dengan penggunaan televisi sebagai sumber informasi, sedangkan hubungan negatif dengan kecenderungan mengambil risiko. Karabulut (2013) juga menunjukkan bahwa investor yang *overconfident* mencari lebih sedikit informasi dari penasihat keuangan. Hal ini juga sesuai dengan Guiso dan Jappelli (2006) menyatakan bahwa investor *overconfident* cenderung kurang mengandalkan informasi yang mereka peroleh dari penasihat keuangan. Oleh karena itu, mereka mengumpulkan informasi secara langsung.

2.1.3.2. Indikator Psikologi investor

Costa dan McCrae (1992) menggambarkan tipe kepribadian *Big Five* dengan *Openness*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Neuroticism*, *Agreeableness*, dimana:

1. *Openness to experience* ditandai dengan orang yang berpikir terbuka dan ingin tahu tentang hal hal yang mereka anggap baru, memiliki ide-ide kreatif, inovatif serta imajinatif.
2. *Conscientiousness* ditandai dengan karakteristik sebagai orang yang sangat hati-hati, penuh kesadaran dalam bertindak, cermat, berpikir sistematis, memiliki perencanaan dan perhitungan yang matang, teliti dan rapi dalam bertindak.
3. *Extraversion* adalah kepribadian dengan karakteristik penuh semangat dan energik, serta optimis. Mereka juga sangat aktif dalam kegiatan dan berani menghadapi ketidakpastian.
4. *Neuroticism* adalah ketidak stabilan emosional. Orang dengan skala nilai *Neuroticism* yang tinggi cenderung mengalami perasaan negatif seperti rasa cemas, gelisah dan khawatir yang berlebihan dan cenderung sering merasa pesimis.
5. *Agreeableness* memiliki karakteristik cenderung memahami orang lain, lebih bijaksana, lebih mengutamakan kepentingan orang lain di atas kepentingan pribadi, suka bekerja sama, patuh dan cenderung menghindari perdebatan atau lebih memilih menyatukan pendapat.

2.2. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang dijadikan landasan. Hasil penelitian terdahulu disajikan pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Isu Penelitian	Hasil Penelitian
1	Tauni dkk (2017)	<i>Does investor personality moderate the relationship between information sources and trading behavior? Evidence from Chinese stock market</i>	Pengumpulan informasi berkorelasi positif dengan trading frekuensi investor. Semakin sering investor berinvestasi dalam memperoleh informasi, semakin mereka melakukan perdagangan.	Sumber utama informasi yang digunakan oleh investor sebagai pondasi dari pilihan keuangan mereka memiliki dampak signifikan pada trading frekuensi. <i>Openness</i> berhubungan positif moderat pada nasihat keuangan dan media khusus dengan trading frekuensi. <i>Openness</i> memperkuat hubungan negatif antara komunikasi verbal dan intensitas trading. <i>Conscientiousness</i> berpengaruh moderat pada sumber utama informasi pada trading frekuensi. <i>Conscientiousness</i> mengurangi hubungan positif dari nasihat keuangan dan media khusus dengan intensitas trading. investor <i>extraverted</i> akan melakukan

				<p>perdagangan lebih sering ketika mereka memperoleh informasi dari penasihat atau teman.</p> <p>Investor dengan sifat <i>neuroticism</i> yang tinggi akan melakukan perdagangan lebih sering ketika mereka memperoleh nasihat keuangan dan lebih sedikit ketika mereka memperoleh informasi dari komunikasi verbal.</p> <p><i>Agreeableness</i> bersifat positif moderat pada hubungan dari nasihat keuangan dan komunikasi verbal dengan <i>trading</i> frekuensi.</p>
2	Tauni, Fang dan Iqbal (2017)	<i>The role of financial advice and word-of-mouth communication on the association between investor personality and stock trading behavior: Evidence from Chinese stock market</i>	Investor tidak dapat secara akurat menilai kemampuan investasi mereka, karena mereka rentan terhadap perilaku bias. Investor menjadi percaya diri tentang kemampuan investasi mereka selama periode waktu yang lama dan melakukan <i>trading</i> secara berlebihan	<p><i>Trading</i> frekuensi berhubungan positif dengan <i>neuroticism</i> dan <i>extraversion</i>.</p> <p><i>Trading</i> frekuensi berhubungan negatif antara <i>openness</i> and <i>agreeableness</i>.</p> <p>Sumber utama informasi yang digunakan oleh investor sebagai dasar pilihan keuangan mereka, memiliki dampak signifikan pada frekuensi <i>trading</i>.</p>
3	Tauni, Fang dan Iqbal (2016)	<i>Information sources and trading behavior: does investor personality matter?</i>	Faktor psikologi memiliki dampak pada frekuensi <i>trading</i> investor pasar berjangka ketika mereka memilih untuk	Sumber informasi yang digunakan oleh investor pasar berjangka memiliki dampak yang signifikan terhadap <i>trading</i> frekuensi.

			<p>memperoleh informasi dari berbagai sumber.</p> <p>Sumber informasi pasar yang digunakan oleh investor berjangka mempunyai pengaruh signifikan pada <i>trading</i> frekuensi.</p>	<p>Nasihat keuangan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap frekuensi perdagangan,</p> <p>Komunikasi verbal memiliki dampak negatif pada frekuensi perdagangan.</p> <p><i>Openness</i> positif moderat terhadap hubungan antara nasihat keuangan dan frekuensi <i>trading</i>.</p> <p><i>Conscientious</i> investor melakukan perdagangan lebih sering ketika mereka menggunakan informasi media khusus, dan melakukan perdagangan lebih sedikit ketika memperoleh nasihat profesional.</p> <p><i>Extravert</i> investor melakukan perdagangan lebih sering ketika memperoleh informasi dari verbal. Dan sebaliknya ketika memperoleh informasi dari penasihat keuangan.</p> <p><i>Neuroticism</i> positif moderat terhadap hubungan antara nasihat keuangan dengan <i>trading</i>.</p> <p><i>Agreeableness</i> bersifat positif moderat terhadap hubungan antara komunikasi verbal dengan frekuensi <i>trading</i>.</p>
4	Tauni dkk (2015)	<i>The influence of Investor personality</i>	Hubungan antara pengumpulan informasi	Perolehan informasi dan frekuensi <i>trading</i> memiliki hubungan positif.

		<i>traits on information acquisition and trading behaviour: Evidance from Chinese futures exchange</i>	dan <i>trading</i> frekuensi dengan menganalisis pengaruh personalitas investor. Dimana investor yang berinvestasi untuk memperoleh informasi lebih juga akan melakukan perdagangan lebih sering.	<p><i>Openness</i> memiliki hubungan negatif moderat antara perolehan informasi dan <i>trading</i> frekuensi.</p> <p><i>Conscientiousness</i> dan <i>extraversion</i> memiliki hubungan positif moderat antara perolehan informasi dan <i>trading</i> frekuensi.</p> <p><i>Neuroticism</i> dan <i>agreeableness</i> tidak memiliki hubungan moderat antara perolehan informasi dan <i>trading</i> frekuensi.</p>
5	Faries, Anastasia dan Memarista (2014)	Pengaruh Pengamatan Informasi Terhadap Frekuensi <i>Trading Online</i> Saham	<i>Neutral information, firm-image/self-image coincidence, accounting information, advocate recommendation, dan personal financial needs</i> secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi saham.	<p><i>Neutral information</i> berpengaruh positif terhadap frekuensi <i>trading online</i> saham.</p> <p><i>Firm image / self image coincidence</i> berpengaruh positif terhadap frekuensi <i>trading online</i> saham.</p> <p><i>Accounting information</i> berpengaruh positif terhadap jumlah transaksi saham.</p> <p><i>Advocate recommendation</i> berpengaruh positif terhadap jumlah transaksi saham.</p> <p><i>Personal finance needs</i> berpengaruh positif terhadap jumlah transaksi saham.</p>

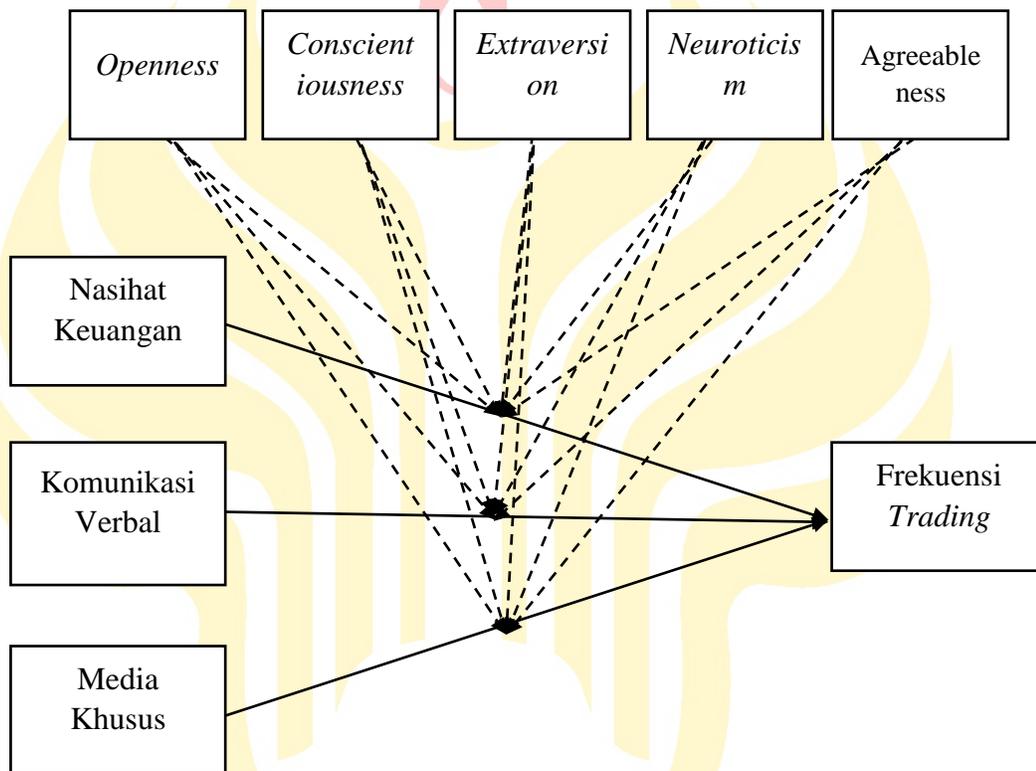
6	Hangewa (2014)	<p>Pengaruh Tipe Kepribadaian dan <i>Risk Tolerance</i> sebagai Variabel Intervening terhadap Orientasi Investasi</p>	<p>Pada penelitian-penelitian sebelumnya, hubungan karakteristik kepribadian dengan <i>risk tolerance</i> tidak konsisten.</p>	<p>Tidak ada pengaruh positif dan signifikan <i>openness</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek.</p> <p>Tidak ada pengaruh positif dan signifikan <i>conscientiousness</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek.</p> <p>Tidak ada pengaruh positif dan signifikan <i>extraversion</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek.</p> <p>Terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>neuroticism</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek.</p> <p>Ada pengaruh positif dan signifikan <i>agreeableness</i> terhadap orientasi investasi jangka pendek.</p>
7	Abreu dan Mendes (2012)	<p><i>Information, overconfidence and trading: Do the sources of information matter?</i></p>	<p>Hubungan positif antara frekuensi <i>trading</i> dan penerimaan informasi sebagai variabel independen pada sumber informasi yang digunakan oleh investor dan <i>overconfidence</i> investor.</p>	<p>Semakin sering investor individu melakukan investasi di informasi, semakin sering mereka melakukan perdagangan di produk-produk keuangan.</p> <p>Investor <i>overconfidence</i> menunjukkan rata-rata bias yang lebih baik akan melakukan perdagangan lebih sering.</p> <p>Hubungan yang kuat dan positif antara berinvestasi di informasi dan intensitas <i>trading</i> di aset keuangan</p>

				<p>sangat peka terhadap sumber informasi yang di gunakan oleh investor.</p> <p><i>Overconfident</i> dan <i>non-overconfident</i> investor tidak mempercayai sumber informasi yang sama.</p>
8	Yang, Hsu dan Tu (2016)	<i>How Do Traders Influence Investor Confidence and Trading Volume? A Dyad Study in the Futures Market</i>	Tingkat kepercayaan investor memiliki dampak yang signifikan di pasar modal dan volume trading masing-masing investor	<p>Kepercayaan diri investor secara signifikan berdampak positif dengan volume perdagangan dan konteks individu.</p> <p>Kepribadian <i>trader</i> dan karakteristik demografi mengarah kepada volume perdagangan yang lebih banyak.</p> <p>Pengalaman investasi mempengaruhi keyakinan investor dan volume perdagangan</p>

Sumber: Kumpulan Jurnal dan Hasil Penelitian terdahulu (2017)

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Tauni, Fang dan Iqbal (2016, 2017)

2.3.2. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran maka hipotesis yang dapat dibuat dalam penelitian ini adalah:

H1: Nasihat keuangan berpengaruh terhadap *trading* frekuensi.

H2: Komunikasi verbal berpengaruh terhadap *trading* frekuensi.

H3: Media khusus berpengaruh terhadap *trading* frekuensi.

H4: *Openness* berpengaruh memoderasi hubungan antara sumber informasi dan perilaku *trading*.

H5: *Conscientiousness* memoderasi hubungan antara sumber informasi dan *trading* frekuensi.

H6: *Extraversion* memoderasi hubungan antara sumber informasi dan *trading* frekuensi.

H7: *Neuroticism* memoderasi hubungan antara sumber informasi dan *trading* frekuensi.

H8: *Agreeableness* memoderasi hubungan antara sumber informasi dan *trading* frekuensi.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh nasihat keuangan, komunikasi verbal, dan media khusus sebagai sumber informasi terhadap *trading* frekuensi dengan tipe kepribadian sebagai variabel moderasi. Tipe kepribadian dapat mempengaruhi *trading* frekuensi ketika investor memilih untuk mengumpulkan informasi pasar menggunakan sumber informasi nasihat keuangan, komunikasi verbal, dan media khusus. Berdasarkan pengujian dan pembahasan yang telah disajikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

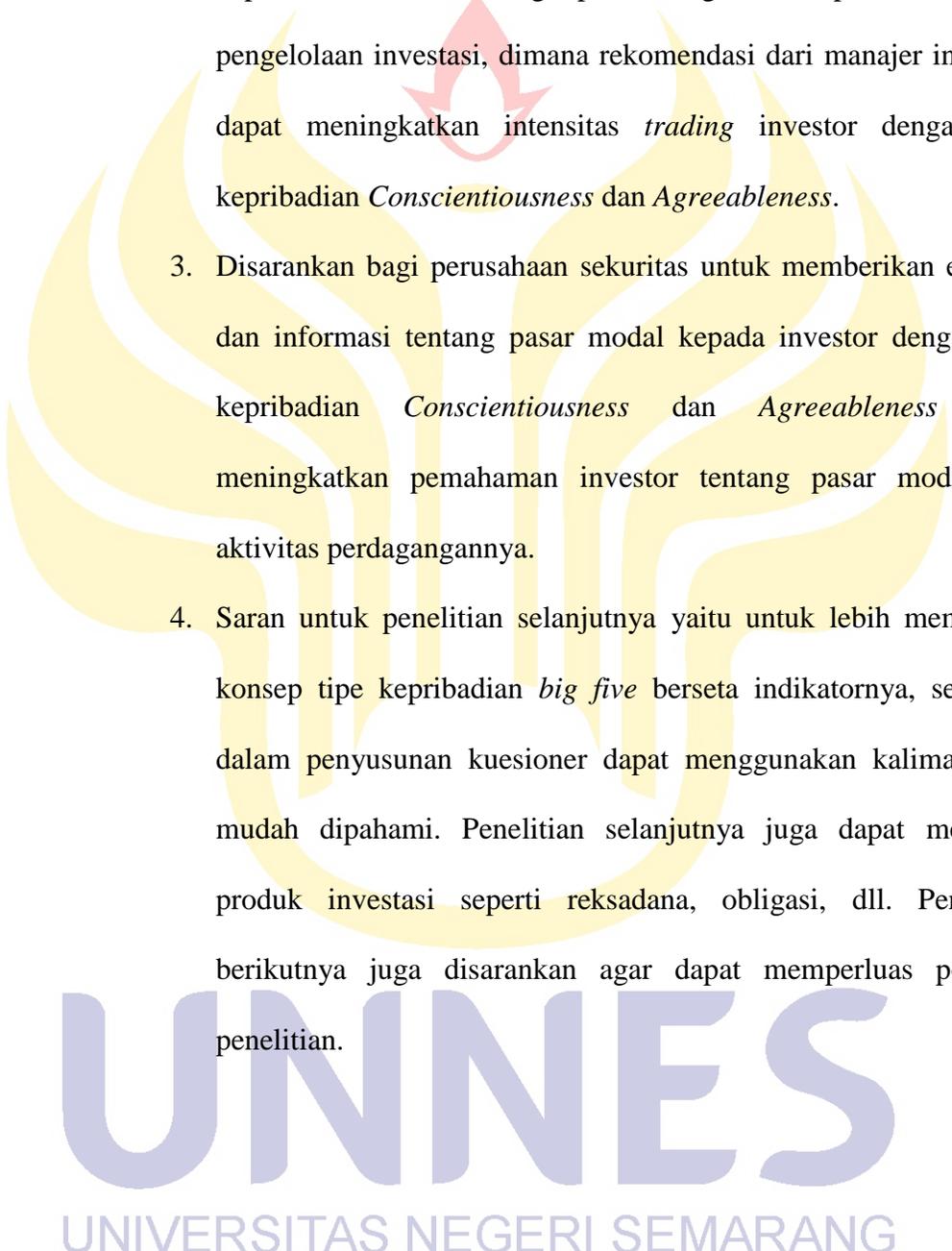
1. Nasihat keuangan berpengaruh terhadap *trading* frekuensi pada anggota Forum Kelompok Studi Pasar Modal Kota Semarang.
2. Komunikasi verbal berpengaruh terhadap *trading* frekuensi pada anggota Forum Kelompok Studi Pasar Modal Kota Semarang.
3. Media khusus berpengaruh terhadap *trading* frekuensi pada anggota Forum Kelompok Studi Pasar Modal Kota Semarang.
4. *Openness* memoderasi hubungan antara sumber informasi dan *trading* frekuensi pada anggota Forum Kelompok Studi Pasar Modal Kota Semarang.

5. *Conscientiousness* memoderasi hubungan antara sumber informasi dan *trading* frekuensi pada anggota Forum Kelompok Studi Pasar Modal Kota Semarang.
6. *Extraversion* memoderasi hubungan antara sumber informasi dan *trading* frekuensi pada anggota Forum Kelompok Studi Pasar Modal Kota Semarang.
7. *Neuroticism* memoderasi hubungan antara sumber informasi dan *trading* frekuensi pada anggota Forum Kelompok Studi Pasar Modal Kota Semarang.
8. *Agreeableness* memoderasi hubungan antara sumber informasi dan *trading* frekuensi pada anggota Forum Kelompok Studi Pasar Modal Kota Semarang.

5.2. **Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan bagi investor terutama anggota Forum KSPM Kota Semarang untuk mengetahui tipe kepribadiannya sehingga investor dapat memilih sumber informasi sesuai tipe kepribadian dan lebih realistis dalam mengambil keputusan dalam melakukan perdagangan.

- 
2. Disarankan bagi manajer investasi agar dapat memahami tipe kepribadian investor sebagai pertimbangan untuk perencanaan dan pengelolaan investasi, dimana rekomendasi dari manajer investasi dapat meningkatkan intensitas *trading* investor dengan tipe kepribadian *Conscientiousness* dan *Agreeableness*.
 3. Disarankan bagi perusahaan sekuritas untuk memberikan edukasi dan informasi tentang pasar modal kepada investor dengan tipe kepribadian *Conscientiousness* dan *Agreeableness* guna meningkatkan pemahaman investor tentang pasar modal dan aktivitas perdagangannya.
 4. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu untuk lebih memahami konsep tipe kepribadian *big five* beserta indikatornya, sehingga dalam penyusunan kuesioner dapat menggunakan kalimat yang mudah dipahami. Penelitian selanjutnya juga dapat mengganti produk investasi seperti reksadana, obligasi, dll. Penelitian berikutnya juga disarankan agar dapat memperluas populasi penelitian.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

- Abreu, M. dan Mendes, V. (2012) "Information, Overconfidence and Trading : Do the Sources of Information Matter?," *Journal of Economic Psychology*. Elsevier B.V., 33(4), hal. 868–881. doi: 10.1016/j.joep.2012.04.003.
- Argentesi, E., Lutkepohl, H. dan Motta, M. (2010) "Acquisition of Information and Share Prices: An Empirical Investigation of Cognitive Dissonance," *German Economic Review*, 11(3), hal. 381–396.
- Barlevy, G. dan Veronesi, P. (1999) "Information Acquisition in Financial Markets," *Review of Economic Studies*, 67(1), hal. 79–90.
- Barrick, M. . dan Mount, M. . (1991) "The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: a Meta-analysis," *Personnel Psychology*, 44(1), hal. 1–26.
- Behling, O. (1998) "Employee Selection: Will Intelligence and Conscientiousness do the Job?," *The Academy of Management Executive (1993-2005)*, 88(1), hal. 77–86.
- Bhattacharya, U. *et al.* (2012) "Is Unbiased Financial Advice to Retail Investors Sufficient? Answers From a Large Field Study," *Review of Financial Studies*, 25(4), hal. 975–1032.
- Brown, J. . *et al.* (2008) "Neighbors Matter: Causal Community Effects and Stock Market Participation," *The Journal of Finance*, 63(3), hal. 1509–1531.
- Cahyaningdyah, D. dan Witiastuti, R. S. (2010) "Analisis Monday Effect dan Rogalski Effect di Bursa Efek Jakarta," *Jurnal Dinamika Manajemen*, 1(2), hal. 154–168.
- Changwony, F. ., Campbell, K. dan Tabner, I. . (2014) "Social Engagement and Stock Market Participation," *Review of Finance*, 19(1), hal. 317–366.
- Claire Zhang, A. (2014) "Financial Advice and Asset Allocation of Individual Investors," *Pacific Accounting Review*, 26(3), hal. 226–247.
- Cole, C. (1993) "Shannon Revisited: Information in Terms of Uncertainty," *Journal of the American Society for Information Science*, 44(4), hal. 204–211.
- Cooper, D. R. dan Pamela, S. S. (2006) *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Costa, P. . dan McCrae, R. . (1989) *The NEO-PI/NEO-FFI Manual Supplement, Psychological Assessment Resources*. Odessa: FL.
- Costa, P. . dan McCrae, R. . (1992) *Professional Manual: Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-factor-Inventory (NEO-FFI)*. Psychology. Odessa: FL.

- Donnelly, G., Iyer, R. dan Howell, R. . (2012) “The Big Five Personality Traits, Material Values, and Financial Well-Being of Self-Described Money Managers,” *Journal of Economic Psychology*, 33(6), hal. 1129–1142.
- Duflo, E. dan Saez, E. (2003) “The Role of Information and Social Interactions in Retirement Plan Decisions: Evidence From a Randomized Experiment,” *The Quarterly Journal of Public Economics*, 118(3), hal. 815–842.
- Durand, R. ., Newby, R., Tant, K., *et al.* (2013) “Overconfidence, Overreaction and Personality,” *Review of Behavioral Finance*, 5(2), hal. 104–133.
- Durand, R. ., Newby, R., Peggs, L., *et al.* (2013) “Personality,” *The Journal of Behavioral Finance*, 14(2), hal. 116–133.
- Durand, R. B., Newby, R. dan Sanghani, J. (2008) “An Intimate Portrait of the Individual Investor An Intimate Portrait of the Individual Investor,” (November 2014), hal. 37–41. doi: 10.1080/15427560802341020.
- Eisen, M. ., Winograd, E. dan Qin, J. (2002) *Individual Differences in Adults’ Suggestibility and Memory Performance*, in Eisen, M.L., Quas, J.A. and Goodman, G.S. (Eds), *Memory and Suggestibility in the Forensic Interview*. Diedit oleh Mahwah. NJ: Lawrence Erlbaum.
- Epstein, L. . dan Schneider, M. (2008) “Ambiguity, Information Quality, and Asset Pricing,” *The Journal of Finance*, 63(1), hal. 17–228.
- Fama (1970) “Efficient Capital Markets : A Review of Theory and Emprical Work,” *The Journal of Finance*, 59(5), hal. 2117–2144.
- Faries, I. D. P., Anastasia, N. dan Memarista, G. (2014) “Pengaruh Pengamatan Informasi Terhadap Frekuensi Trading Online Saham,” *Finesta*, 2(1), hal. 20–25.
- Feng, L. dan Seasholes, M. S. (2004) “Correlated Trading and Location,” *The Journal of Finance*, 59(5), hal. 2117–2144.
- Fenton-O’Creevy, M. *et al.* (2004) *Traders: Risks, Decisions and Management in Financial Markets*. Oxford: Oxford University Press.
- Finley, K. dan Finley, T. (1996) “The Relative Role of Knowledge and Innovativeness in Determining Librarians Attitudes Toward and Use of the Internet: a Structural Equation Modelling Approach,” *Library Quarterly*, 66(1), hal. 59–83.
- Fischer, R. dan Gerhardt, R. (2007) “The Missing Link Between Investors and Portfolios: Introducing Financial Advice,” 967374.
- Flynn, K. . dan Smith, M. . (2007) “Personality and Health Care Decision-Making Style,” *Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 62(5), hal. 261–267.

Gerhardt, R. dan Hackethal, A. (2009) “The Influence of Financial Advisors on Household Portfolios: A Study on Private Investors Switching to Financial Advice.”

Ghozali, I. (2009) *Ekonometrika. Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS*. 17. Semarang: BPUNDIP.

Graham, J. ., Harvey, C. . dan Huang, H. (2009) “Investor Competence, Trading Frequency, and Home Bias,” *Management Science*, 55(7), hal. 393–408.

Grossman, S. . dan Stiglitz, J. . (1980) “On the Impossibility of Informationally Efficient Markets,” *The American Economic Review*, 70(3), hal. 393–408.

Guiso, L. dan Jappelli, T. (2006) “Information Acquisition and Portfolio Performance,” *Centre for Studies in Economics and Finance Working Paper*, No. 167.

Haigh, M. . dan List, J. . (2005) “Do Professional Traders Exhibit Myopic Loss Aversion? An experimental Analysis,” *The Journal of Finance*, 60(1), hal. 523–534.

Hair, J. F. *et al.* (2013) *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Los Angeles: Sage.

Hangewa, S. D. (2014) *Pengaruh Tipe Kepribadian dan Risk Tolerance sebagai Variabel Intervening Terhadap Orientasi Investasi*. Universitas Kristen Satya Wacana.

Heinström, J. (2003) “Five personality dimensions and their influence on information behaviour,” *Information Research*, 9(1).

Henderson, V. . *et al.* (2006) “Tell Me More: Sensation Seeking and Information Seeking in Evaluations of Romantic Partners,” *Journal of Research in Personality*, 40(5), hal. 611–630.

Holthausen, R. dan Verrecchia, R. (1990) “The Effect of Informedness and Consensus on Price and Volume Behavior,” *Accounting Review*, 65(1), hal. 191–208.

Hong, H., Kubik, J. . dan Stein, J. . (2005) “The Neighbor’s Portfolio: World-of-Mouth Effects in the Holdings and Trades of Money Managers,” *The Journal of Finance*, 60(6), hal. 2801–2824.

Hong, H., Kubik, J. D. dan Stein, J. C. (2004) “Social Interaction and Stock Market Participation,” *The Journal of Finance*, 59(1), hal. 137–163.

Hunter, K. dan Kemp, S. (2004) “The Personality of E-commerce Investors,” *Journal of Economic Psychology*, 25(4), hal. 529–537.

Husna, S. (2003) *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPPE.

- Ishida, H. (2005) "College Students' Perfectionism and Task-strategy Inefficiency: Why Their Efforts go Unrewarded," *Japanese Journal of Social Psychology*, 20(3), hal. 208–215.
- Ivkovic, Z. dan Weisbenner, S. (2007) "Information Diffusion Effects in Individual Investors' Common Stock Purchases: Covet the Neighbors' Investment Choices," *Review of Financial Studies*, 20(4), hal. 1327–1357.
- Karabulut, Y. (2013) "Financial Advice: an Improvement for Worse?"
- Karpoo, J. M. (1986) "A Theory of Trading Volume," *The Journal of Finance*, 41(3), hal. 691–694.
- Kasperson, C. . (1978) "Psychology of the Scientist: XXXVII Scientific Creativity: a Relationship with Information Channels," *Psychological Reports*, 42(3), hal. 691–694.
- Kaustia, M. dan Knüpfer, S. (2012) "Peer Performance and Stock Market Entry," *Journal of Financial Economics*, 104(2), hal. 321–338.
- Kernan, J. . dan Mojena, R. (1973) "Information Utilization and Personality," *Journal of Communication*, 23(3), hal. 315–327.
- Khoiruddin, M. dan Faizati, E. R. (2014) "Reaksi Pasar Terhadap Dividend Announcement Perusahaan Yang Sahamnya Masuk Daftar Efek Syariah," *Jurnal Dinamika Manajemen*, 5(2), hal. 209–219.
- Kramer, M. . (2012) "Financial Advice and Individual Investor Portfolio Performance," 41(2), hal. 395–428.
- KSEI (2017) *Kepemilikan Efek (Lokal-Asing)*. Tersedia pada: www.ksei.co.id/archive_download/holding_composition (Diakses: 5 Agustus 2017).
- Li, G. (2014) "Information Sharing and Stock Market Participation: Evidence From Extended Families," *The Review of Economics and Statistics*, 96(1), hal. 151–160.
- Lippa, R. (1991) "Some Psychometric Characteristics of Gender Diagnosticity Measures: Reliability, Validity, Consistency Across Domains, and Relationship to the Big Five," *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(6), hal. 1000–1011.
- Litman, J. ., Hutchins, T. . dan Russon, R. . (2005) "Epistemic Curiosity, Feeling-of Knowing, and Exploratory Behaviour," *Cognition and Emotion*, 19(4), hal. 559–582.
- Loibl, C dan Hira, T. (2009) "Investor Information Search," *Journal of Economic Psychology*, 30(1), hal. 24–41.
- Loibl, C. dan Hira, T. . (2011) "Know Your Subject: a Gendered Perspective on Investor Information Search," *Journal of Behavioral Finance*, 12(3), hal. 117–130.

- Lu, H. . *et al.* (2006) “Personality Traits as Predictors of Intentions to Seek Online Information About STDs and HIV/AIDS Among Junior and Senior College Students in Taiwan,” *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), hal. 577–583.
- Lumpkin, G. T. dan Erdogan, B. (2004) “If Not Entrepreneurship, Can Psychological Characteristics Predict Entrepreneurial Orientation? A Pilot Study,” *ICFAI Journal of Entrepreneurship Development*, 1(1), hal. 21–33.
- Marcus, G. ., Neuman, W. . dan MacKuen, M. . (2000) *Affective Intelligence and Political Judgment*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mayne, T. . (1999) “Negative Affect and Health: the Importance of Being Earnest,” *Cognition and Emotion*, 13(5), hal. 601–635.
- Mullainathan, S., Noeth, M. dan Schoar, A. (2012) “The Market for Financial Advice: An Audit Study,” *The National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, NBER Working Paper Series*. Tersedia pada: www.nber.org/papers/w17929.
- Myers, I. ., McCaulley, M. . dan Most, R. (1985) *Manual, A Guide to the Development and the Use of the Myers-Briggs Type Indicator*. Palo Alto: Consulting Psychologists Press.
- Ng, L. dan Wu, F. (2010) “Peer Effects in the Trading Decisions of Individual Investors,” *Financial Management*, 39(2), hal. 807–831.
- Pardosi, B. dan Wijayanto, A. (2015) “Analisis Perbedaan Retrun dan Risiko Saham Portofolio Optimal Dengan Bukan Portofolio Opimal,” *Management Analysis Journal*, 4(1).
- Peress, J. (2004) “Wealth, Information Acquisition, and Portfolio Choices,” *Review of Financial Studies*, 17(3), hal. 879–914.
- Pervin, L. ., Cervone, D. dan John, O. (2005) *Personality Theory and Research. Ninth Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Pitters, J. dan Oberlechner, T. (2014) *The Psychology of Trading and Investing. In H. K. Baker, & V. Ricciardi (Eds.), Investor behavior: The psychology of financial planning and investing*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Purwaningsih dan Khoiruddin, M. (2016) “Reaksi Pasar Terhadap Pengumuman Penerbitan Sukuk Mudharabah dan Obligasi Konvensional,” *Management Analysis Journal*, 5(4), hal. 299–313.
- Putri, F. K., Bramanti, W. G. dan Hakim, M. S. (2017) “Pengaruh Faktor Kepribadian terhadap Toleransi Risiko Keputusan Investasi Saham,” *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(1).
- Van Rooij, M. C., Lusardi, A. dan Alessie, R. J. (2011) “Financial Literacy and

Retirement Planning in the Netherlands,” *Journal of Economic Psychology*, 32(4), hal. 593–608.

Sanusi (2011) *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Shapira, Z. dan Venezia, I. (2001) “Patterns of Behavior of Professionally Managed and Independent Investors,” *Journal of Banking & Finance*, 25(8), hal. 1573–1587.

Sholihin, M. dan Ratmono, D. (2013) *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Subiaktoto (2013) “Pengaruh Personality Traits Terhadap Perencanaan Keuangan Keluarga,” *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), hal. 150–163.

Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: alfabeta.

Suharsimi (2010) *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Taslim, A. dan Wijayanto, A. (2016) “Pengaruh Frekuensi Perdagangan Saham, Volume Perdagangan Saham, Kapitalisasi Pasar dan Jumlah Hari Perdagangan Terhadap Return Saham,” *Management Analysis Journal*, 5(1), hal. 1–6.

Tauni, M. Z. *et al.* (2015) “The influence of Investor Personality Traits on Information Acquisition and Trading Behavior: Evidence from Chinese Futures Exchange,” *Personality and Individual Differences*. Elsevier Ltd, 87, hal. 248–255. doi: 10.1016/j.paid.2015.08.026.

Tauni, M. Z. *et al.* (2017) “Does Investor Personality Moderate the Relationship Between Information Sources and Trading Behavior? Evidence from Chinese stock market Purpose,” *Managerial Finance*, 43(5), hal. doi: 10.1108/MF-08-2015-0231.

Tauni, M. Z., Fang, H. X. dan Iqbal, A. (2016) “Information Sources and Trading Behavior: Does Investor Personality Matter?,” *Qualitative Research in Financial Markets*, 8(5), hal. 94–117. doi: 10.1108/QRFM-08-2015-0031.

Tauni, M. Z., Fang, H. X. dan Iqbal, A. (2017) “The Role of Financial Advice and Word-of-Mouth Communication on the Association Between Investor Personality and Stock Trading Behavior: Evidence from Chinese Stock Market,” *Personality and Individual Differences*. Elsevier B.V., 108, hal. 55–65. doi: 10.1016/j.paid.2016.11.048.

Tegano, D. W. (1990) “Relationship of Tolerance of Ambiguity and Playfulness to Creativity,” *Psychological Reports*, 66(1), hal. 1047–1056.

Tendelilin, E. (2010) *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi, Edisi Pertama*.

Yogyakarta: BPFE.

Vancouver, J. . dan Morrison, E. . (1995) “Feedback Inquiry: the Effect of Source Attributes and Individual Differences,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 62(3), hal. 276–285.

Verrecchia, R. (1982) “Information Acquisition in a Noisy Rational Expectations Economy,” *Econometrica*, 50(6), hal. 1415–1430.

Wahyudin, A. (2015) *Metode Penelitian Bisnis & Pendidikan*. 1 ed. Semarang.

Wanberg, C. . dan Kammeyer-Mueller, J. . (2000) “Predictors and Outcomes of Proactivity in the Socialization Process,” *Journal of Applied Psychology*, 85(3), hal. 373–385.

Widyasari, R. (2014) *The Empirical Study on the Influence of Investor’ Demographic Features and Personality Traits*. Satya Wacana Christian University.

Yang, S., Hsu, Y. dan Tu, C. (2016) “How Do Traders Influence Investor Confidence and Trading Volume? A Dyad Study in the Futures Market How Do Traders Influence Investor Confidence and Trading Volume? A Dyad Study in the Futures Market,” 938(March). doi: 10.2753/REE1540-496X4805S302.

