

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian kali ini yaitu penelitian lapangan karena rumusan masalah yang disebutkan di bab satu hanya dapat terjawab apabila data dari lapangan terkumpulkan. Untuk pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan¹.

Merupakan penelitian kausal, yaitu penelitian yang bersifat sebab akibat. Oleh karena itu, pada penelitian kali ini terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).² Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus. Waktu penelitian dimulai dari bulan November 2019 sampai dengan April 2020.

B. Populasi dan Sampel

Populasinya yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus tahun ajaran 2016 yang berjumlah 455 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*, hal ini dikarenakan anggota populasi dianggap homogen dan pengambilan sampelnya dilakukan dengan acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi.³

Tabel 3.1. Data Jumlah Populasi

| No. | Prodi | Jumlah Mahasiswa |
|------------------------|---------------------------------|------------------|
| 1 | Ekonomi Syariah (ES) | 248 |
| 2 | Manajemen Bisnis Syariah (MBS) | 177 |
| 3 | Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW) | 30 |
| Jumlah Populasi | | 455 |

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 8.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 37.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 82.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian kali ini menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan

Dengan jumlah populasi 455 orang dan tingkat kesalahan 10% maka diperoleh sampel sebanyak :

$$\begin{aligned} n &= \frac{455}{1+(455 \times 0,1^2)} \\ &= \frac{455}{1+(455 \times 0,01)} \\ &= \frac{455}{1+4,55} \\ &= \frac{455}{5,55} \\ &= 81,9 = 82 \end{aligned}$$

Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 82 orang.

C. Identifikasi Variabel

Menurut Hatch dan Farhady (1981) secara teoritis variabel didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.⁴

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Sementara itu variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁵ Berikut variabel-variabel dalam penelitian ini :

1. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu pengetahuan investasi (X1), persepsi risiko (X2), kampanye *social marketing* (X3), dan aktifitas galeri investasi syariah (X4).
2. Variabel dependen, yaitu minat berinvestasi di pasar modal syariah (Y).

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 38.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 39.

D. Variabel Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati serta dibuat berdasarkan kriteria pengukuran yang diterapkan pada variabel yang didefinisikan.⁶

1. Variabel Independen

a. Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi adalah segala sesuatu yang diketahui tentang investasi yang tersimpan di dalam ingatan seorang individu. Pengetahuan tersebut bisa berupa pengetahuan dasar yang dimiliki seseorang sebelum melakukan kegiatan investasi, pengetahuan mengenai jenis produk investasi syariah. Variabel diukur menggunakan skala *likert*.

b. Persepsi Risiko

Persepsi adalah suatu proses individu mengatur dan mengartikan kesan-kesan pancaindra mereka. Bisa saja apa yang diartikan individu tersebut berbeda dengan realita sesungguhnya. Sementara itu risiko adalah bentuk dari keadaan ketidakpastian dari suatu keadaan yang nanti akan terjadi akibat keputusan yang diambil melalui pertimbangan saat ini. Jadi persepsi risiko dalam hal ini diartikan sebagai anggapan-anggapan yang ada dalam diri calon investor mengenai ketidakpastian yang nantinya akan terjadi akibat keputusan yang diambil saat ini. Pengukuran variabel dengan menggunakan skala *likert*.

c. Kampanye Social Marketing

Kampanye Yuk Nabung Saham merupakan pemasaran sosial yang juga disebut sebagai kampanye sosial, karena dalam praktiknya ada unsur strategi kampanye. Kampanye adalah tindakan yang memiliki tujuan mendapatkan perhatian publik dengan menggunakan berbagai media komunikasi. Pemasaran sosial merupakan penerapan dari konsep pemasaran untuk kegiatan non-komersial mengenai kepedulian terhadap masyarakat, kesejahteraan, serta pelayanan sosial. Dengan adanya kampanye ini diharapkan tidak hanya akan menambah

⁶ Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer* (Kudus: Media Ilmu Press, 2018), 9.

jumlah investor baru akan tetapi juga bisa merubah kebiasaan menabung (*saving society*) menjadi berinvestasi (*investing society*). Variabel diukur menggunakan skala *likert*.

d. Aktifitas Galeri Investasi Syariah

Galeri investasi adalah bentuk kerjasama antara Bursa Efek Indonesia (BEI), perguruan tinggi, dan perusahaan sekuritas untuk memperkenalkan pasar modal di wilayah akademisi. Dengan adanya galeri investasi ini berbagai pihak bisa memanfaatkannya untuk memperoleh informasi tidak hanya teori saja tetapi juga bisa langsung mempraktekannya. Beberapa kegiatan yang bisa dilakukan untuk menumbuhkan minat berinvestasi antara lain berupa edukasi, pelatihan, pemberian informasi mengenai pasar modal syariah. Pengukuran variabel dengan menggunakan skala *likert*.

2. Variabel Dependen

Minat adalah ketertarikan pada aktifitas-aktifitas atau individu tertentu yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian khusus pada individu atau aktivitas tersebut. Dengan demikian seseorang yang memiliki minat untuk berinvestasi bisa diketahui melalui usahanya dalam mencari informasi yang berkaitan dengan investasi kemudian memberikan perhatian khusus dengan cara mengikuti berbagai seminar, pelatihan, dan pada akhirnya memutuskan untuk melakukan investasi atau bahkan konsisten menambah porsi investasi yang sudah dimiliki. Variabel diukur menggunakan skala *likert*.

Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala Ukur | Referensi Jurnal |
|----------------------------|--|--|------------|--|
| Pengetahuan Investasi (X1) | Pengetahuan dasar dan pengetahuan mengenai jenis produk investasi syariah. | 1. Pengetahuan yang cukup 2. Pengalaman 3. Naluri bisnis untuk menganali | Likert | Iqbal Amhalmad dan Agus Irianto, Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi |

| | | | | |
|----------------------|---|---|--------|--|
| | | sis efek/produk investasi yang akan dibeli. | | Investasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Jurnal EcoGen Vol. 2 No. 4, 5 Desember 2019. |
| Persepsi Risiko (X2) | Anggapan-anggapan yang ada dalam diri calon investor mengenai ketidakpastian yang nantinya akan terjadi akibat keputusan yang diambil saat ini. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Financial risk</i> (risiko keuangan) 2. <i>Performance risk</i> (risiko kinerja) 3. <i>Physical risk</i> (risiko fisik) | Likert | Muhammad Fahreza dan Ngadino Surip, Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Investasi Saham, Jurnal SWOT, Vol. 8, No. 2, Mei |

| | | | | |
|---|---|---|--------|---|
| | | | | 2018. |
| Kampanye <i>Social Marketing</i> (X3) | Tindakan untuk merubah kebiasaan menabung menjadi berinvestasi melalui media komunikasi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Awareness</i> (kesadaran) 2. <i>Education</i> (pendidikan) 3. <i>Engagement</i> (keterikatan) | Likert | Richad Saputra Adiguna, Kampanye Yuk Nabung Saham IDX untuk Mengubah <i>Mindset Saving Society</i> menjadi <i>Investing Society</i> , Jurnal Komunikasi Vol. 9 No. 1, 2018. |
| Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4) | Aktifitas galeri investasi bisa dimanfaatkan untuk memperoleh informasi tidak hanya teori saja tetapi juga bisa mempraktekannya secara langsung di dunia akademisi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sarana dan prasarana dasar pada galeri investasi. 2. Laboratorium untuk praktik langsung calon investor dengan cara membuka akun di pasar modal melalui bantuan | Likert | Ismaulina & Suryani, Pengaruh Kualitas SDM dan Infrastruktur terhadap Pertumbuhan Investasi di Galeri Investasi BEI FEBI IAIN Lhokseumawe, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi |

| | | | | |
|---------------------|--|--|--------|--|
| | | perusahaan sekuritas. | | UNIAT, Vol. 4 No.1, 2019. |
| Minat Investasi (Y) | Keinginan dalam diri untuk berinvestasi syariah. | 1. Perasaan senang 2. Ketertarikan 3. Keterlibatan | Likert | Anis Sulistyani, Sugianto, Mosik, Metode Diskusi Buzz Group dengan Analisis Gambar untuk Meningkatkan Minat dan Hasil Belajar Siswa, UPTJ Vol. 5 No.1, 2016. |

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data berupa kuesioner (data primer). Dilakukan dengan cara memberi angket pertanyaan melalui *google form* yang kemudian dikirimkan kepada responden untuk dijawabn. Responden kemudian menjawab semua pertanyaan menggunakan skala *likert* 5 poin.⁷

Di bawah ini terdapat skor skala *likert* yang kemudian akan digunakan untuk analisis kuantitaif dalam penelitian :

Tabel 3.3. Skala Likert

| Skala <i>Likert</i> | |
|---------------------|------|
| Jawaban | Skor |
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 93.

| | |
|---------------------------|---|
| Kurang Setuju (KS) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Pembuatan instrumen atau alat ukur sebagai pengumpul data merupakan sesuatu yang sangat penting untuk keberhasilan dalam memperoleh data yang shahih. Oleh karena itu instrumen penelitian harus diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid dalam hal ini berarti instrumen tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.⁸ Uji validitas bisa dilakukan menggunakan program SPSS 21, dengan cara uji signifikansi membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} sementara itu untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk.⁹

- Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.
- Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner bisa dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang konsisten. Uji reliabilitas bisa dilakukan melalui program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Hasil dari uji statistik *Cronbach Alpha* harus lebih besar dari 0,60 (nilai *Cronbach Alpha* > 0,60). Jika *Cronbach Alpha* lebih kecil dari 0,60 maka dikatakan tidak reliabel.¹⁰

G. Teknik Analisis Data

Peneliti mengolah data yang sudah terkumpul dengan menggunakan teknik statistik *inferensial*. Teknik statistik *inferensial* adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 121.

⁹ Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2005), 12.

¹⁰ Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*, 139.

sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik ini juga disebut statistik probabilitas, hal ini dikarenakan kesimpulan yang dihasilkan kebenarannya bersifat peluang (*probability*). Terdapat peluang kesalahan dan kebenaran yang dinyatakan dalam persentase atau biasa disebut taraf signifikansi.¹¹

Statistik inferensial dalam penelitian ini berupa parametris. Statistik parametris digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. Penggunaan statistik parametris digunakan untuk jenis data interval dan rasio. Dalam statistik parametris banyak asumsi yang harus terpenuhi, yaitu :

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Tujuan uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.¹² Data normal akan menunjukkan angka probabilitas atau *Asymp Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,1 yang terdapat pada tabel *One Sample Kolmogrov-Smirnov*.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik yaitu tidak terdapat korelasi antar variabel bebas.¹³ Cara untuk mengetahuinya dengan melihat nilai *tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*, nilai *tolerance* yang baik harus > 0.10 dan nilai *VIF* < 10 .

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik yaitu yang terbebas dari autokorelasi.

Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji autokorelasi dengan menggunakan Uji Durbin-Watson. Hipotesis yang diuji adalah:

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 148.

¹² Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*, 149.

¹³ Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*, 184.

Ha : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Hasil uji autokorelasi bisa dilihat pada tabel Model Summary kolom Durbin Watson (DW). Nilai dari DW kemudian akan dibandingkan dengan r tabel dengan menggunakan tingkat kepercayaan. Jika nilai DW lebih besar dari batas atas (du), maka model regresi tidak terjadi autokorelasi.¹⁴

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji homoskedastisitas digunakan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Dan sebaliknya jika varians tidak sama, maka terjadi heteroskedastisitas.¹⁵ Uji heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan 2 metode yaitu :

1) Metode Gletser

Tujuan dari metode ini yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan uji glejser menurut Ghozali (2005: 105) adalah jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,1$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Metode Grafik *Scatterplot*

Tujuan dari metode ini untuk melihat grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen yaitu ZPRED dengan residunya SRESID. Untuk mengetahui terjadi tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan cara memperhatikan titik yang tersebar, jika semua titik tersebar secara bergelombang di atas nilai 0 atau di bawahnya maka terjadi heteroskedastisitas. Akan tetapi jika titik tersebar merata di bawah nilai 0 dan di atas nilai 0 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Data

a. Statistik Deskriptif

Menjelaskan frekuensi data dalam bentuk tabel supaya mudah dibaca dan dipahami berbagai pihak.

¹⁴ Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*, 186-188.

¹⁵ Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*, 190.

b. Uji Statistik

1) Analisis Regresi Ganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel pengetahuan investasi, persepsi risiko, kampanye *social marketing*, dan aktifitas galeri investasi syariah terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Berikut ini terdapat persamaan regresi yang bisa digunakan untuk empat *predictor* yaitu :¹⁶

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

\hat{Y} = Variabel dependen

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi

X_1 = Pengetahuan investasi

X_2 = Persepsi risiko

X_3 = Kampanye *social marketing*

X_4 = Aktifitas galeri investasi syariah

e = Standar error

Persamaan regresi bisa dilihat pada tabel *Coefficient* kolom *Unstandardized Coefficients*.

2) Uji t

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan:

$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0$ ditolak (ada pengaruh)

$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0$ diterima (tidak ada pengaruh)

3) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Ketentuan angka probabilitas yang baik untuk digunakan sebagai model

¹⁶ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 269.

regresi adalah harus lebih kecil dari 0,1.¹⁷ Hasil uji F bisa dilihat pada tabel Annova, pada kolom F dan kolom Sig.

4) Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan pengaruh besarnya persentase variabel terikat (dependen) yang dapat diprediksi dengan menggunakan semua variabel bebas (independen). Besarnya R^2 berkisar antara 0-1 yang berarti semakin kecil nilai R^2 maka hubungan variabel semakin lemah dan begitu juga sebaliknya. Angka yang baik untuk dijadikan prediktor variabel harus < dari angka standar deviasi ($SEE < SD$). Hasil R^2 bisa dilihat pada tabel Model Summary kolom R Square, Std. Error of the Estimate (SEE).¹⁸



¹⁷ Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*, 279.

¹⁸ Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*, 278.