

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), “Objek penelitian adalah sarana ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variable tertentu)”. Objek dalam penelitian ini adalah saham syariah pada pasar modal syariah Bursa Efek Indonesia.

2. Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (2016) mengatakan bahwa subjek penelitian adalah memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Subjek dalam penelitian ini adalah pemuda Gunungkidul yang berorientasi pada mahasiswa.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi (Sekaran, 2013).

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri dari anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2017).

Dalam investigasi penelitian yang melibatkan beberapa ratus dan bahkan ribuan elemen, secara praktis mustahil untuk dapat dikumpulkan, diuji dan ditelaah dari setiap elemen tersebut. Selain itu terdapat kendala dalam masalah waktu, biaya dan sumber daya manusia. Dalam beberapa kasus, juga mustahil menggunakan seluruh populasi untuk memperoleh pengetahuan, atau menguji sesuatu (Sekaran, 2017). Maka dari itulah perlu dilakukannya pengambilan sampel untuk mewakili elemen-elemen yang ada sehingga informasinya dapat digunakan untuk analisis.

Kerangka pengambilan sampel adalah representasi dari semua elemen dalam populasi dari mana sampel tersebut diambil. Ada dua desain pengambilan sampel yakni dengan cara probabilitas dan non probabilitas. Dalam pengambilan sampel cara probabilitas, besarnya peluang atau probabilitas elemen populasi untuk terpilih sebagai subjek sampel diketahui sementara pengambilan sampel non probabilitas, besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui (Sekaran, 2017).

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan penentuan sampel menggunakan

purposive sampling, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini yakni: orang dengan batasan usia pemuda Indonesia 15-30 tahun (Roy Suryo, 2013) yang beralamatkaan Gunungkidul serta belum pernah berinvestasi saham pada Bursa Efek Indonesia.

Hair (2010) merekomendasikan, apabila populasi tidak diketahui, jumlah sampel minimal adalah lima kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat dikuisisioner. Hair (2010) juga mengemukakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden. Pada penelitian ini jumlah sampel 150 responden yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei berupa kuisisioner atau angket. Survei adalah penelitian yang dilakukan secara langsung dengan melakukan pengamatan, wawancara, dan membagikan kuisisioner kepada responden yang dianggap memenuhi syarat dan mampu memberikan cukup informasi.

Kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuisisioner dapat diberikan secara personal, dikirimkan kepada responden, atau didistribusikan secara elektronik (Sekaran, 2017).

Dalam riset ini data diperoleh dengan metode survei secara langsung dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Setiap responden akan dimintai pendapatnya melalui pernyataan-pernyataan yang ada di dalam kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur komunikasi pemasaran, *return*, persepsi risiko, kemajuan teknologi dan minat investasi. Skala Likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik (Sekaran, 2017). Adapun skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiono (2014) definisi operasional variable adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel

yang dapat diukur. Pada penelitian ini terdapat 5 variabel, yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi Pemasaran sebagai variabel independen (X1)
2. *Return* sebagai variabel independen (X2)
3. Persepsi Risiko sebagai variabel independen (X3)
4. Kemajuan Teknologi sebagai variabel independen (X4)
5. Minat Investasi Saham Syariah sebagai variabel dependen (Y)

Berikut adalah variabel dan indikator penelitian dalam tabel 3.3:

Tabel 3.2
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sumber
Komunikasi Pemasaran (X1)	Komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek	Dimensi Iklan: a. Brosur Dimensi Promosi Penjualan: b. Kupon undian Dimensi Acara dan Pengalaman: c. Olahraga hiburan d. Festival Dimensi Hubungan Masyarakat dan Publisitas: e. Hubungan komunitas	Kotler dan Keller (2012)

	yang mereka jual. Kotler dan Keller (2012)	Dimensi Penjualan Interaktif: f. Media Sosial g. Situs Web	
<i>Return (X2)</i>	<i>Return</i> adalah hasil (keuntungan) dan hasil (kerugian) ”. (1) Hasil, yaitu arus kas yang dibayarkan secara periodik kepada pemegang saham (dalam bentuk <i>dividen</i>), (2) Capital Gain (loss), yaitu selisih antara harga saham pada saat pembelian dengan harga saham pada saat penjualan. Jones (2000)	a. <i>Capital Gain</i> b. <i>Dividen</i>	Jones (2000)
Persepsi Risiko (X3)	Persepsi risiko dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dialami	a. Risiko keuangan b. Risiko kinerja c. Risiko psikologis d. Risiko waktu	Suryani (2008)

	<p>konsumen saat konsumen tidak mampu melihat kemungkinan hal yang akan terjadi saat mengambil keputusan pembelian yang akan mereka lakukan. Suryani (2008).</p>		
<p>Kemajuan Teknologi (X4)</p>	<p>Kemanfaatan dari penggunaan teknologi informasi dapat diketahui dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi dengan satu kepercayaan bahwa pengguna teknologi informasi tersebut</p>	<p>a. Menjadikan investasi saham syariah lebih mudah</p> <p>b. Menambah produktifitas investasi saham</p> <p>c. Mempertinggi efektifitas</p> <p>d. Mengembangkan kinerja investasi saham syariah</p>	<p>Nur Maflikhah (2010)</p>

	dapat memberikan kontribusi positif bagi penggunaannya. Nur Maflikhah (2010)		
Minat Investasi Saham Syariah (Y)	Minat investasi adalah keinginan untuk mencari tahu tentang jenis suatu investasi dimulai dari keuntungan, kelemahan, kinerja investasi dan lain sebagainya. Kusmawati (2011)	<ul style="list-style-type: none"> a. Keinginan untuk mencari tahu tentang jenis suatu investasi. b. Mau meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi. c. Mencoba berinvestasi 	Kusmawati (2011)

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk sejauh mana alat ukur dapat mampu mengukur apa yang ingin kita ukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh para responden. Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan Suatu kuisisioner dapat dikatakan valid jika pada pertanyaan kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut apabila

signifikansi yang dihasilkan korelasi Pearson (r). Jika r lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dapat dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya apabila signifikansi yang dihasilkan korelasi Pearson lebih besar dari 0,05 (5%) maka dapat dinyatakan tidak valid. (Imam Ghozali, 2018).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu pengujian yang menunjukkan sejauh mana konsistensi dan stabilitas dari alat ukur yang digunakan, sehingga dapat memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulang kembali. Pengukuran dalam reliabilitas didasarkan oleh indeks numerik yang disebut dengan koefisien. Pengukuran uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sekali pengukuran. Dalam penelitian ini pengukuran hanya dilakukan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Alat ukur mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*.

Menurut Ghozali (2018) menunjukkan bahwa *Alpha cronbach's* dapat diterima jika $> 0,7$. Semakin dekat *alpha cronbach's* dengan angka 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal.

3. Alat Analisis

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan software SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) yaitu suatu program komputer statistik yang mampu memproses data statistik secara tepat dan cepat, menjadi

output yang dikehendaki untuk mengambil keputusan. Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan simpulan. Berikut adalah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah persentase, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Membuat tabel distribusi jawaban kuesioner.
- 2) Menentukan skor jawaban responden dengan ketentuan skor tertentu.
- 3) Menjumlahkan skor jawaban yang diperoleh tiap-tiap responden.
- 4) Memasukan skor tersebut kedalam rumus.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Mengacu pada tujuan hipotesis penelitian, model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Penggunaan analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu antara Komunikasi Pemasaran (X_1), *Return* (X_2), Persepsi Risiko (X_3), dan Kemajuan Teknologi (X_4) terhadap Minat Investasi Saham Syariah (Y) dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y: Variabel Dependen (Minat Investasi)

a : Konstanta / koefisien regresi a

b : Koefisien regresi b

X1: Variabel Independen 1 (Komunikasi Pemasaran)

X2: Variabel Independen 2 (*Return*)

X3: Variabel Independen 3 (Persepsi Risiko)

X4: Variabel Independen 4 (Kemajuan Teknologi)

Dalam melakukan analisis regresi linear berganda peneliti menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS versi 25.

G. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel depeden. Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji adalah apakah suatu parameter (b_1) sama dengan nol, atau :

$$H_0 : b_1 = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independent bukan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$$H_1 : b_1 \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (Rahmawati dkk, 2015). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Nilai R^2 yang relatif kecil berarti variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas.
- b. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua dari informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi pada variasi variabel dependen.