

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasar pada filosofi positivisme dan digunakan untuk meneliti kelompok populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk mengetahui keberadaan variabel independen, satu atau lebih variabel (variabel otonom atau variabel independen) tanpa membuat perbandingan antara variabel itu sendiri mencari hubungan dengan variabel lain (Sugiyono, 2017)

B. Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Arikunto (2010) subjek penelitian adalah memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian yaitu generasi milenial berumur 25-41 tahun di Kota Malang. Menurut Supriyati (2012) pengertian objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian yang dilakukan. Adapun objek yang akan diteliti meliputi *financial literacy*, *financial technology*, dan *social media* sebagai variabel independen serta keputusan investasi generasi milenial di Kota Malang sebagai variabel dependen.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang, Jawa Timur. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja dengan alasan berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2020 jumlah penduduk usia produktif sangat besar yang didominasi generasi Z dan milenial sebesar 26 persen dari total

populasi. Oleh karena itu penulis memilih Kota Malang, Jawa Timur sebagai lokasi penelitian.

D. Populasi, Sampel dan Sampling

1. Populasi

Sugiyono (2017) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang menunjukkan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang sedang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Populasi dalam penelitian ini yaitu generasi milenial Kota Malang yang berumur 27 – 42 tahun. Menurut data BPS tahun 2021, Kota Malang memiliki jumlah total 265.119 penduduk yang berumur 27- 42 tahun.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. . Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus slovin, Rumus Slovin digunakan karena dalam penarikan sampel, jumlah yang harus mewakili agar hasil penelitian dapat digeneralisasi dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus perhitungan yang sederhana.

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel / Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di toleransi

Jumlah penduduk berumur 27- 42 tahun di Kota Malang sebanyak 265.119 orang, sehingga dengan presentase kelonggaran penelitian sebesar 10% dan hasil perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{265.119}{1 + 265.119(0,10)^2} = 99,9 \text{ (dibulatkan 100)}$$

Maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden mengacu pada rumus diatas.

3. Sampling

Teknik sampling menurut Sugiyono (2017) ialah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan *nonprobability sampling* karena peneliti tidak memberi peluang yang sama bagi setiap orang untuk dijadikan sampel. Untuk itu, cara penarikan sampel digunakan dengan *purposive sampling* dimana teknik dalam pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan yang sudah ditentukan kepada responden.

E. Jenis Data dan Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan juga sekunder, data primer data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden atau informan (Sugiyono, 2017). Data primer diambil langsung dengan membagi kuisisioner kepada responden. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari website online seperti *ojk*, *cnbc*, *Puslitbang* dan juga *KSEI*. Peneliti menggunakan metode kuisisioner melalui pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari objek penelitian yaitu generasi milenial berumur 27 – 42 tahun yang ada di Kota Malang.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuisioner. Sugiyono (2017) kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang dituliskan kepada responden untuk dijawabnya. Jenis kuisioner yang digunakan adalah kuisioner via online yang dibagikan kepada responden kemudian responden dapat memilih jawaban yang tersedia dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Berumur 27- 42 tahun
2. Sedang berinvestasi atau pernah berinvestasi keuangan
3. Menggunakan teknologi aplikasi investasi keuangan
4. Memiliki (aktif) dalam menggunakan *social media* (Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter, dsb)
5. Mengikuti akun *social media* yang berkaitan dengan investasi keuangan

G. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik skala yang merupakan teknik skala likert. skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Jawaban untuk setiap instrumen yang menggunakan skala Likert yang akan diberi peringkat dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, kriteria pengukuran dalam menggunakan skala likert adalah sebagai berikut :

1. Jawaban sangat setuju diberi skor 5.
2. Jawaban setuju diberi skor 4.
3. Jawaban netral diberi skor 3.
4. Jawaban tidak setuju diberi skor 2.
5. Jawaban sangat tidak setuju di beri skor 1.

H. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017) definisi operasional variabel ialah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel – variabel yang akan diteliti pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel bebas: *Financial Literacy* (X1), *Financial Technology* (X2), dan *Social Media* (X3)
2. Variabel terikat: Keputusan Investasi (Y)

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Dimensi | Indikator | Sumber |
|----------------------------------|---|-------------------------------|--|------------------------------|
| <i>Financial Literacy</i> (X1) | Literasi investasi mengacu pada kemampuan seseorang (generasi milenial) untuk memahami konsep keuangan dan investasi serta bagaimana mengelola dan menginvestasikan uangnya | Perilaku (<i>Behaviour</i>) | Berupaya menganggarkan keuangannya untuk berinvestasi. | Utami and Sitanggang, (2021) |
| | | Keterampilan (<i>Skill</i>) | Memiliki kemampuan untuk memanfaatkan peluang investasi | |
| | | | Memiliki kemampuan secara sederhana untuk menghitung kemungkinan keuntungan dan risiko investasi | |
| Pengetahuan (<i>Knowledge</i>) | Memahami jenis dan produk investasi yang digunakan dalam | | | |

| Variabel | Definisi Operasional | Dimensi | Indikator | Sumber |
|----------------------------------|---|------------------------------|--|-------------------------------|
| | | | melakukan investasi | |
| | | Sikap (<i>Attitude</i>) | Memahami apa yang dirasakan mengenai keputusan investasi yang diambil | |
| <i>Financial Technology</i> (X2) | <i>Financial Technology</i> merupakan produk digital keuangan dalam bentuk aplikasi yang digunakan untuk aktivitas investasi individu dimana saat ini banyak dipakai berbagai kalangan salah satunya generasi milenial. | <i>Perceived Ease of Use</i> | Kemudahan dalam menggunakan teknologi aplikasi investasi | Safira <i>et al.</i> , (2020) |
| | | | Desain aplikasi investasi menarik | |
| | | | Teknologi aplikasi investasi bermanfaat untuk mencari informasi seputar investasi | |
| | | <i>Perceived Usefulness</i> | Biaya transaksi melalui aplikasi investasi sangat murah | |
| | | | Kecepatan waktu transaksi melalui aplikasi investasi sangat cepat | |
| | | | Teknologi aplikasi investasi meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi investasi | |
| <i>Attitude Toward Using</i> | Teknologi aplikasi | | | |

| Variabel | Definisi Operasional | Dimensi | Indikator | Sumber |
|----------|----------------------|------------------------|---|--------|
| | | | investasi menyenangkan untuk digunakan | |
| | | | Teknologi aplikasi investasi merupakan ide yang bagus | |
| | | | Penggunaan teknologi aplikasi investasi dinilai perlu | |
| | | <i>Subjective Norm</i> | Menggunakan teknologi aplikasi investasi berdasarkan saran orang penting | |
| | | | Terpengaruh menggunakan teknologi aplikasi investasi karena keberhasilan orang lain | |
| | | <i>Trust</i> | Teknologi aplikasi investasi dapat dipercaya | |
| | | | Keamanan terkait informasi pribadi | |
| | | <i>Perceived Risk</i> | Kompensasi yang diberikan teknologi aplikasi investasi saat terjadi error | |
| | | | Risiko penipuan dan | |

| Variabel | Definisi Operasional | Dimensi | Indikator | Sumber |
|--------------------------|---|----------------------|--|--------------------------|
| | | | pembajakan dalam bertransaksi teknologi aplikasi investasi | |
| <i>Social Media</i> (X3) | <i>Social Media</i> adalah teknologi media interaktif yang memfasilitasi penciptaan dan berbagi informasi, ide, minat, dan bentuk ekspresi lainnya melalui komunitas dan jaringan virtual seputar dunia investasi yang banyak digunakan oleh generasi milenial. | <i>Context</i> | Daya tarik visual konten investasi yang terdapat pada <i>social media</i> | Sanjaya (2020) |
| | | <i>Communication</i> | Pesan yang disampaikan dalam konten investasi berisikan informasi terkait investasi | |
| | | <i>Collaboration</i> | Interaksi berupa diskusi maupun edukasi antara akun <i>social media</i> investasi dengan pengikutnya | |
| | | <i>Connection</i> | Menyediakan layanan keluhan maupun kritik dan saran untuk menjaga kepuasan pengikut atau pengguna aplikasi investasi | |
| Keputusan Investasi (Y) | Keputusan investasi adalah kegiatan seseorang (generasi | <i>Return</i> | Mengutamakan return dalam berinvestasi | Putri dan Hamidi, (2019) |

| Variabel | Definisi Operasional | Dimensi | Indikator | Sumber |
|----------|--|--|--|--------|
| | milenial) dalam menanamkan modal pada suatu area atau aset tertentu yang bertujuan untuk mempengaruhi nilai perusahaan. | Resiko | Mencari informasi terkait return yang akan diterima | |
| | | | Mengetahui setiap risiko dalam berinvestasi | |
| | | Waktu | Mengetahui cara meminimalisir risiko dalam berinvestasi | |
| | | | Mengetahui jangka waktu pengembalian dan risiko dalam berinvestasi | |
| | | Mengetahui waktu yang tepat dalam melakukan eksekusi saat berinvestasi | | |

I. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana perbedaan yang ditemukan dengan alat ukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya di antara mereka sedang diuji (Kothari, 2004). Valid atau tidaknya sebuah instrumen penelitian dapat dilihat dengan membandingkan indeks korelasi product moment pearson dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Apabila hasil uji menunjukkan nilai corrected item atau rhitung lebih dari sama dengan rtabel ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$) maka instrumen dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama, menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2017).

Untuk mengukur reliabilitas pada data, penelitian ini menggunakan pendekatan *Cronbach's Alpha* yang dihitung dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $\leq 0,6$, maka kuesioner kurang reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $\geq 0,6$ dan mendekati 1, maka kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

J. Hasil Uji Instrument

Dalam hal ini, peneliti melakukan penyebaran instrument penelitian kepada 30 responden terlebih dahulu, lalu dilanjutkan menyebarkan ke seluruh responden. Berikut rekapitulasi hasil uji instrument terhadap 30 responden.

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 3.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

| Item | Nilai Corrected | r_{tabel} | Keterangan |
|------|---------------------------|--------------------|------------|
| | Item/ r_{hitung} | | |
| X1.1 | 0,907 | 0,361 | Valid |
| X1.2 | 0,757 | 0,361 | Valid |
| X1.3 | 0,829 | 0,361 | Valid |
| X1.4 | 0,898 | 0,361 | Valid |
| X1.5 | 0,731 | 0,361 | Valid |
| X2.1 | 0,799 | 0,361 | Valid |
| X2.2 | 0,656 | 0,361 | Valid |
| X2.3 | 0,413 | 0,361 | Valid |
| X2.4 | 0,763 | 0,361 | Valid |
| X2.5 | 0,554 | 0,361 | Valid |
| X2.6 | 0,775 | 0,361 | Valid |
| X2.7 | 0,780 | 0,361 | Valid |
| X2.8 | 0,810 | 0,361 | Valid |
| X2.9 | 0,576 | 0,361 | Valid |

| Item | Nilai Corrected Item/ r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-------|---------------------------------------|-------------|------------|
| X2.10 | 0,628 | 0,361 | Valid |
| X2.11 | 0,827 | 0,361 | Valid |
| X2.12 | 0,644 | 0,361 | Valid |
| X2.13 | 0,527 | 0,361 | Valid |
| X2.14 | 0,713 | 0,361 | Valid |
| X2.15 | 0,828 | 0,361 | Valid |
| X3.1 | 0,710 | 0,361 | Valid |
| X3.2 | 0,800 | 0,361 | Valid |
| X3.3 | 0,631 | 0,361 | Valid |
| X3.4 | 0,755 | 0,361 | Valid |
| Y1.1 | 0,681 | 0,361 | Valid |
| Y1.2 | 0,394 | 0,361 | Valid |
| Y1.3 | 0,555 | 0,361 | Valid |
| Y1.4 | 0,648 | 0,361 | Valid |
| Y1.5 | 0,682 | 0,361 | Valid |
| Y1.6 | 0,586 | 0,361 | Valid |

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan instrumen penelitian terdapat 30 item yang digunakan sebagai instrumen penelitian dengan pembagian 5 item mewakili Variabel *financial literacy* (X1), 15 item mewakili Variabel *financial technology* (X2), 4 item mewakili *Social Media* (X3) dan 6 item mewakili variabel keputusan investasi (Y). Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 3.2 dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat dan dinyatakan Valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3.3 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | N item | Nilai Cronbach Alpha | Kriteria | Keterangan |
|----------------------------------|--------|----------------------------|----------|------------|
| <i>Financial Literacy</i> (X1) | 5 | 0,884 | 0,6 | Reliabel |
| <i>Finansial Technology</i> (X2) | 15 | 0,923 | 0,6 | Reliabel |
| <i>Social Media</i> (X3) | 4 | 0,692 | 0,6 | Reliabel |
| Keputusan Investasi (Y) | 6 | 0,622 | 0,6 | Reliabel |

Sumber: Lampiran 3

Bedasarkan hasil olah data yang dilakukan menggunakan SPSS 26 diperoleh data sebagaimana yang terlampir pada Tabel 3.3 bahwasannya semua variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar sama dengan 0,6 dimana dapat dinyatakan Reliabel. Dari hasil pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat valid dan reliabel, sehingga penelitian dapat dilanjutkan untuk mendapatkan hasil pernyataan dari 100 responden guna diolah untuk uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

K. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Husein (2011) menyatakan bahwa uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Normal tidaknya sebaran data penelitian dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada (*Sig.* > 0,05), maka data berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 pada (*Sig.* < 0,05), maka data berdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya (Ghozali, 2018) Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinearitas maka dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* lawannya *variance inflation tolerance (VIF)*. Apabila nilai *VIF* < 0,10 atau *VIF* > 10 berarti terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya apabila *tolerance value* > 0,10 atau *VIF* < 10 berarti tidak terjadi multikolinearitas

3. Uji Heterokedastisitas

Husein (2011) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila variance dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Sebagai dasarnya jika Sig. > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, namun jika Sig. < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

L. Analisis Data

Menurut Moelong (2017) analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Sebelum data dianalisis untuk menjawab masalah, maka diadakan uji prasyarat untuk mengetahui normal tidaknya sebaran data empirik.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghazali (2018)) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *financial literacy* (X1), *financial technology* (X2), dan *social media* (X3) terhadap keputusan investasi generasi milenial (Y) sebagai variabel dependennya. Adapun model yang digunakan menurut Siregar (2015) menjelaskan analisis regresi berganda dengan dua persamaan. Digunakan Uji regresi dengan rumus:

$$Y = b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependen (keputusan investasi generasi milenial)

x_1 = *financial literacy*

x_2 = *financial technology*

x_3 = *social media*

b_1 = koefisien regresi untuk variabel *financial literacy*

b_2 = koefisien regresi untuk variabel *financial technology*

b_3 = koefisien regresi untuk variabel *social media*

e = error

M. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antar variabel independent dan variabel dependen apakah masing- masing variabel dependent berpengaruh positif atau negatif sehingga hipotesis tersebut perlu di uji. Pengujian hipotesis dengan pengujian hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) menyatakan koefisien korelasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Malang. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) menyatakan koefisien berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Malang . Dengan menggunakan langkah statistik yang nantinya akan diambil yaitu:

1. Uji Parsial (Uji t)

Dijelaskan oleh Kuncoro, (2013) uji statistik parsial atau uji t ini dapat melihat seberapa jauh pengaruh variabel secara individu terhadap variabel terikat. Uji ini menggunakan *SPSS 26 for Windows* dan digunakan untuk menguji hipotesis dengan didasarkan nilai sig., sebagai berikut :

- a. Jika nilai *Sig.* > 0,05 (α) atau t hitung < t tabel maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai *Sig.* < 0,05 (α) atau t hitung > t tabel maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.