FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM BERINVESTASI MENGGUNAKAN AKAD *MUḌĀRABAH* DI YUKORI SNACK AND BREAKFAST SURABAYA

SKRIPSI

Oleh :
LINDA AMMALYA SUZANTI
C04213035

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SURABAYA
2017

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Linda Ammalya Suzanti
NIM	:	C04213035
Fakultas/ Prodi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan dalam Berinvestasi Menggunakan Akad *Muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya

Dengan sunguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 18 Oktober 2017

Saya menyatakan,

METERAI TEMPEL

49DD7AEF502255959

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Linda Ammalya Suzanti

NIM. C04213035

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Linda Ammalya Suzanti NIM. C04213035 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 18 Oktober 2017

Pembimbing,

Samsul Anam, MM

NIP.196803072008011017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Linda Ammalya Suzanti NIM. C04213035 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, tanggal 11 Desember 2017, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I	Penguji II
Samsul Anam, MM	R.A Vidia Gati, SE.Akt, CA, M.EI
NIP. 196803072008011017	NIP. 197605102007012030

Penguji III	Penguji IV
Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag.	Ridha Amaliyah, S.IP, MBA
NIP. 196506151991021001	NIP. 201409001

Surabaya, 11 Desember 2017

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Dekan,

Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad.Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031001

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : LINDA AMMALYA SUZANTI

NIM : C04213035

Fakultas/Jurusan : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH

E-mail address : lindaammalya96@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN

DALAM BERINVESTASI MENGGUNAKAN AKAD MUDARABAH

DI YUKORI SNACK AND BREAKFAST SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Februari 2018

Penulis

(LINDA AMMALYA SUZANTI)

nama terang dan tandatangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan dalam Berinvestasi Menggunakan Akad *Muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya"** ini bertujuan untuk menguji faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan para investor dalam berinvestasi di Yukori Snack and Breakfast Surabaya

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Subjek penelitian ini ialah para investor di Yukori Snack and Breakfast yang berjumlah 36 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis faktor dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics Version 24.* Adapun analisis data tersebut dilakukan setelah melakukan uji validitas, reliabilitas, dan analisis faktor.

Hasil pengujian data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua hasil uji analisis. *Pertama,* hasil analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya yaitu faktor pribadi, sosial dan psikologis. *Kedua*, nilai varians terbesar menunjukkan bahwa faktor pribadi merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan untuk para peneliti selanjutnya untuk lebih mengeksplor variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya serta menambah jumlah responden agar perhitungan menjadi lebih akurat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TRANSLITERASI xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 10
C. Tujuan Penelitian 10
D. Kegunaan Hasil Penelitian 11
BAB II KAJIAN TEORI 13
A. Landasan Teori 13
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan 53
C. Kerangka Konseptual 56
D. Hipotesis 58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 59
A. Jenis Penelitian 59
B. Waktu dan Tempat Penelitian 59
C. Populasi dan Sampel Penelitian 59
D. Variabel Penelitian 60
E. Definisi Operasional 61
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Data dan Sumber Data 65
H. Teknik Pengumpulan Data 66
I. Teknik Analisis Data 67
BAB IV HASIL PENELITIAN 75
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 75
B. Analisis Data 80
BAB V PEMBAHASAN 113
A. Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan dalam Berinvestasi Menggunakan Akad *Muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya Latar Belakang Masalah 113
B. Faktor yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Pengambilan Keputusan dalam Berinvestasi Menggunakan Akad *Muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya 114
BAB VI PENUTUP 117
A. Kesimpulan 117
B. Saran-saran 117

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi menunjukkan sejauh mana aktivitas perekomian akan menghasilkan tambahan pendapatan masyarakat pada suatu periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi harus mutlak ada, sehingga pendapatan masyarakat akan bertambah, dengan demikian kesejahteraan masyarakat diharapkan akan meningkat.[1] Menurut Sukirno pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Salah satu indikator untuk menilai pertumbuhan ekonomi dan perkembangannya di suatu daerah di antaranya adalah dengan melihat besarnya nilai investasi PMA[2] PMDN[3] baik pemerintah maupun swasta.[4]

Investasi sebagai indikator dari tumbuh kembangnya ekonomi di suatu wilayah atau daerah maka juga akan dapat meningkatkan jumlah barang dan jasa yang diproduksi sehingga meningkat jumlah *output* nasional. *Output*

---

[1] Adearman Purba, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Simalungun" (Tesis—Universitas Sumatera Utara Sumatera Utara, 2006), 1.

[2] PMA adalah penanaman modal asing, yaitu kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing,baik menggunakan modal asing sepenuhnya maupun berpatungan dengan penanam modal dalam negeri.

[3] PMDN adalah penanaman modal dalam negeri, yaitu kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal dalam negeri dengan menggunakan modal dalam negeri.

[4] Leonardo Dakori Karun, dkk., "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Kutai Barat", *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Mulawarman*, No 2, Vol 10 (Desember 2012), 111.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasional yang meningkat akan meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi baik dari sisi angka persentasenya maupun sisi kualitasnya.[5]

Menurut Irawan dan Suparmoko ada beberapa teori yang dapat menjelaskan seberapa besar tingkat investasi yang dapat diusahakan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi suatu negara ataupun wilayah. Salah satunya adalah teori pertumbuhan seimbang *(Balanced Growth)*. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Rosenstein-Rodan tahun 1953, yang menitikberatkan bahwa perekonomian itu ada kemungkinan untuk berkembang apabila ada perimbangan yang baik antara berbagai-bagai sektor di dalam perekonomian. Dengan *balanced growth* ini diartikan bahwa perkembangan ekonomi tidak akan berhasil bila investasi hanya sebatas pada "titik pertumbuhan" *(growing point)* tertentu atau sektor-sektor yang sedang berkembang saja, sebab sektor-sektor lain berhubungan erat. Investasi harus disebarkan pada semua sektor sehingga memperluas pasar antara satu sektor dengan sektor lainnya. Makin erat hubungan saling ketergantungan antar berbagai sektor maka pasar akan semakin kuat.[6] Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sektor menengah bawah juga dapat merubah sistem perekonomian yang tradisional dengan kucuran dana atau investasi.

Undang-undang yang mengatur tentang investasi di antaranya adalah Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-undang Nomor 1 Tahun 1967 dan Nomor 11 Tahun 1970 tentang Penanaman

---

[5] Faisal Basri dan Haris Munandar, *Lanskap Ekonomi Indonesia : Kajian dan Renungan terhadap Masalah-Masalah Struktural, Transformasi Baru dan Prospek Perekonomian Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 7.

[6] Irawan dan Suparmoko, *Ekonomika Pembangunan* (Yogyakarta: BPFE, 1992), 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Modal Asing (PMA) serta Undang-undang Nomor 6 Tahun 1968 dan Nomor 12 Tahun 1970 tentang Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN).[7]

Upaya pemerintah tersebut diharapkan dapat menciptakan iklim yang menggairahkan investasi dapat sehingga mendorong kesempatan kerja dan peningkatan terhadap pendapatan. Peningkatan pendapatan akan menambah tabungan masyarakat, dan peningkatan tabungan masyarakat akan mendorong peningkatan investasi disebabkan oleh bunga bank yang cukup rendah sehingga banyak pengusaha menginvestasikan modalnya ke sektor ekonomi.[8]

Lain daripada itu, investasi juga merupakan suatu kegiatan yang sangat dianjurkan Islam. Allah Swt. dalam al-Qur'an Surat Yusuf (12) ayat 46 – 49 berfirman:

يُوسُفُ أَيُّهَا ٱلصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِى سَبْعِ بَقَرَٰتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ وَسَبْعِ
سُنۢبُلَٰتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَٰتٍ لَّعَلِّىٓ أَرْجِعُ إِلَى ٱلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ ﴿٤٦﴾ قَالَ تَزْرَعُونَ
سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدتُّمْ فَذَرُوهُ فِى سُنۢبُلِهِۦٓ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ﴿٤٧﴾ ثُمَّ يَأْتِى
مِنۢ بَعْدِ ذَٰلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ ﴿٤٨﴾ ثُمَّ يَأْتِى مِنۢ
بَعْدِ ذَٰلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ ٱلنَّاسُ وَفِيهِ يَعْصِرُونَ ﴿٤٩﴾

Artinya:
(46). (Setelah pelayan itu berjumpa dengan Yusuf, dia berseru):"Yusuf, hai orang yang amat dipercaya, terangkanlah kepada kami tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh)

[7] Fajar Febriananda, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Investasi Dalam Negeri di Indonesia Periode Tahun 1988 – 2009", *Jurnal Skripsi*, 2.
[8] Lailan Safina dan Sri Endang Rahayu, "Analisis Pengaruh Investasi Pemerintah dan Swasta terhadap Penciptaan Kesempatan Kerja di Sumatera Utara", *Jurnal Manajemen & Bisnis,* No 01, Vol 11 (April 2011), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya."
> (47). Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.
> (48). Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.
> (49). Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan di masa itu mereka memeras anggur." (QS. Yusuf, 12: 46-49).

Ayat ini mengajarkan kepada kita untuk tidak mengkonsumsi semua kekayaan yang kita miliki pada saat kita telah mendapatkannya, tetapi hendaknya sebagian kekayaaan yang kita dapatkan itu juga kita tangguhkan pemanfaatannya untuk keperluan yang lebih penting. Dengan bahasa lain, ayat ini mengajarkan kepada kita untuk mengelola dan mengembangkan kekayaan demi untuk mempersiapkan masa depan. Masa depan itu bisa berarti 1, 2, 5, 10 atau 15 tahun ke depan bahkan lebih, termasuk juga masa pensiun atau hari tua.

Bahkan dalam al-Qur'an Surat at-Taubah ayat ketiga Allah mengancam orang-orang yang menimbun hartanya dan tidak memutarnya dalam investasi. Secara harfiah mengelola harta itu bisa dilakukan dalam beberapa bentuk, seperti menyimpan di dalam rumah, mendepositokan atau menabung di bank, mengembangkan melalui bisnis, membelikan properti ataupun cara-cara lain yang halal dan berpotensi besar dapat menghasilkan keuntungan.

Dalam hukum Islam, investasi merupakan kegiatan ekonomi yang termasuk dalam muamalah yaitu suatu kegiatan yang mengatur hubungan antar sesama manusia. Sedangkan menurut kaidah Fikih, hukum asal kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

muamalah itu adalah *mubah* (boleh) yang berarti semua kegiatan dalam hubungan antar manusia adalah boleh kecuali yang memang diharamkan. Ini berarti ketika suatu kegiatan muamalah yang baru muncul dan belum dikenal sebelumnya dalam ajaran Islam maka kegiatan tersebut dianggap dapat diperbolehkan kecuali yang memang terdapat implikasi dari al-Qur'an dan Hadith yang melarangnya secara implisit maupun eksplisit.

Islam menganjurkan pada kita agar menggunakan harta secara efektif dan efisien serta mendorong agar setiap kekayaan yang ada pada kita diinvestasikan di sektor riil. Islam tidak menyukai tindakan penimbunan harta *(al-ikhtinaz)* yang sia-sia dan membiarkan aset yang menganggur. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari Imam al-Ghazali bahwa penimbunan uang *(al-ikhtinaz)* merupakan perbuatan zalim dan dapat menghilangkan hikmah yang terkandung di dalam harta.[9]

Kegiatan investasi dalam Islam lebih didasarkan pada motif sosial yaitu membantu sebagian masyarakat yang tidak memiliki modal namun memiliki kemampuan *(skill)* berupa keahlian dalam menjalankan usaha, baik dilakukan dengan bersyarikat *(mushārakah)* maupun dengan berbagi hasil *(muḍārabah).* Jadi dapat dikatakan bahwa investasi dalam Islam bukan hanya dipengaruhi faktor keuntungan materi, tapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor syariah (kepatuhan pada ketentuan syariah) dan faktor sosial (kemashlahatan umat).

Sebagai makhluk sosial, kebutuhan akan kerjasama antara satu pihak dengan pihak lain guna meningkatkan taraf perekonomian dan kebutuhan

[9] Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam dari Masa Klasik hingga Kontemporer* (Jakarta: Granada Press, 2007), 128.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hidup, atau keperluan-keperluan lain yang tidak bisa diabaikan. Kenyataan menunjukkan bahwa diantara sebagian manusia memiliki modal tetapi tidak bisa menjalankan usaha produktif atau memiliki modal besar dan bisa produktif tetapi berkeinginan membantu orang lain yang kurang mampu dengan mengalihkan sebagian modalnya kepada pihak yang memerlukannya.

Pada umumnya prinsip bagi hasil menurut hukum Islam itu ada 2 yaitu *muḍārabah* dan *shirkah*, namun dalam masalah yang akan saya bahas ini adalah mudlarabah yang menurut Ibn Hajar' telah ada sejak zaman Rasulullah saw., beliau tahu dan mengakuinya, bahkan sebelum diangkat menjadi Rasul, Muhammad telah melakukannya. Muhammad mengadakan perjalanan ke Syam untuk menjual barang-barang milik Khadijah r.a., yang kemudian menjadi istri beliau.[10]

Muḍārabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*ṣaḥibul māl*) menyediakan seluruh modal (seratus persen) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.[11] Pemilik dana sebagai *ṣaḥibul māl* menyerahkan premi kepada pengusaha sebagai *muḍārib.*[12] Kumpulan dana tersebut dikelola oleh operator diantaranya dipergunakan untuk saling menanggung diantara pemilik dana jika terjadi kerugian diantara mereka. Jika perjanjian diantara keduanya mendapatkan keuntungan maka keuntungan yang diperoleh dibagi oleh kedua belah pihak.

---

[10] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 138.
[11] Muhammad Syafi'i Antonio, *Islamic Banking dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 95.
[12] Nurul Hak, *Ekonomi Islam, Hukum Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta: Teras, 2011), 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam *muḍārabah* terdapat tiga rukun yaitu pelaku akad yang terdiri dari pemodal (*ṣaḥibul māl*) dan pengelola (*muḍārib*), objek akad yang terdiri dari modal (*māl*), kerja (*ḍārabah*), dan keuntungan (*ribh*) serta *ṣighah*, yaitu *ijab* dan *qabul*.[13]

Muḍārabah sendiri terbagi menjadi dua macam, *muḍārabah* yang pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya yang disebut dengan *muḍārabah muṭlaqah*. *Muḍārabah* ini disebut juga investasi tidak terikat. Pada jenis ini pengelola dana memiliki kewenangan untuk melakukan apa saja dalam pelaksanaan bisnis bagi keberhasilan tujuan *muḍārabah* itu. Namun, apabila ternyata pengelola dana melakukan kelalaian atau kecurangan, maka pengelola dana harus bertanggung jawab atas konsekuensi-konsekuensi yang ditimbulkannya. Di samping itu, apabila terjadi kerugian yang bukan karena kelalaian dan kecurangan pengelola dana, maka kerugian itu akan ditanggung oleh pemilik dana.

Adapun jenis *muḍārabah* kedua adalah *muḍārabah muqayyadah*, *muḍārabah* yang pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola antara lain mengenai dana, lokasi, cara, dan/atau objek investasi atau sektor usaha. Apabila pengelola dana bertindak bertentangan dengan syarat-syarat yang diberikan oleh pemilik dana, maka pengelola dana harus bertanggung jawab atas konsekuensi-konsekuensi yang ditimbulkannya, termasuk konsekuensi keuangan.[14]

---

[13] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 62.
[14] Kautsar Riza Salman, *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah* (Padang: Akademia Permata, 2012), 221.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika usaha yang dijalankan mengalami kerugian, maka kerugian itu di tanggung oleh *ṣaḥibul māl* sepanjang kerugian itu bukan akibat kelalaian *muḍārib*. Sedangkan *muḍārib* menanggung kerugian atas upaya, jerih payah dan waktu yang telah dilakukan untuk menjalankan usaha. Namun, jika kerugian itu diakibatkan karena kelalaian *muḍārib*, maka *muḍārib* harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.[15]

Niṣbah bagi hasil antara pemodal dan pengelola harus disepakati di awal perjanjian. Besarnya *niṣbah* bagi hasil masing-masing pihak tidak diatur dalam Syari'ah, tetapi tergantung kesepakatan mereka. *Niṣbah* bagi hasil bisa dibagi rata 50:50, tetapi bisa juga 30:70, 60:40, atau proporsi lain yang disepakati. Pembagian keuntungan yang tidak diperbolehkan adalah dengan menentukan alokasi jumlah tertentu untuk salah satu pihak. Diperbolehkan juga untuk menentukan proporsi yang berbeda untuk situasi yang berbeda.[16]

Yukori Snack and Breakfast Surabaya adalah salah satu usaha yang menggunakan akad investasi *muḍārabah* dalam menarik investor untuk menginvestasikan modalnya. Ide untuk mencari investor ini bermula ketika Yuslina Istanti[17] memutuskan untuk berhenti dari tempatnya bekerja dan ingin memulai bisnis baru. Sempat pesimis karena terkendala oleh modal dan menolak meminjam uang di bank konvensional karena tekad baru beliau untuk menjauhi riba. Akhirnya mencari investor menjadi solusinya, beliau memulai bisnis dengan menitipkan *burger* dan *sandwich* yang membutuhkan modal

[15] Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 224.
[16] Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 61.
[17] Yuslina Istanti adalah pemilik Yukori Snack and Breakfast Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebesar Rp 700.000,- dengan menawarkan rencana bisnisnya ke sejumlah teman di grup facebook "Gudang Jubah Murah dan Berkualitas (Khusus Akhwat)".[18]

Yuslina membagi 7 seat (lembar saham) dari Rp. 700.000,- yang ditawarkan dengan bagian masing-masing Rp 100.000,- tiap seat, serta bagi hasil sebesar 40% dari pendapatan bersih yang diperoleh setiap bulannya. Tentu saja bukan hal mudah meyakinkan para investor. Apalagi para investor tidak mengenal Yuslina secara langsung di dunia nyata, hanya sebatas dunia maya saja, ditambah lagi Yuslina adalah orang baru dalam bisnis ini.[19]

Pengambilan keputusan para investor untuk melakukan investasi selalu mempertimbangkan faktor perolehan dan risiko. Risiko diidentifikasikan dengan ketidakpastian. Walaupun pertumbuhan dari perolehan diinginkan, tetapi ketidakpastian tajam yang memunculkan risiko tinggi selalu diupayakan untuk ditekan. Keputusan investasi pada dasarnya menyangkut masalah pengelolaan dana pada suatu periode tertentu, dimana para investor mempunyai harapan untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan dari dana yang diinvestasikan selama periode waktu tertentu. Sebelum mengambil keputusan investasi, para investor perlu mengadakan analisa yang cermat.

Dalam mengambil keputusan investasi para investor mengharapkan hasil yang maksimal dengan risiko tertentu atau hasil tertentu dengan risiko yang minimal terhadap investasi yang dilakukan. Keuntungan investasi sangat

[18] Yuslina Istanti, *Wawancara,* Surabaya, 02 Juli 2017
[19] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tergantung banyak hal, tapi hal yang utama adalah tergantung pada kemampuan pengelola.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis hal apa yang mempengaruhi para investor bersedia menginvestasikan uangnya di Yukori Snack and Breakfast Surabaya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya?
2. Faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diharapkan bisa dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya.
2. Menjelaskan dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini akan membahas tentang manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat secara Teoritis

   Sebagai sarana evaluasi dan pengembangan untuk menerapkan ilmu yang diterima ketika belajar di bangku perkuliahan ke dalam masalah yang dihadapi di masyarakat, sehingga dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya.

2. Manfaat secara Praktis

   a. Bagi Perusahaan

      Bagi Yukori Snack and Breakfast Surabaya serta bisnis-bisnis yang menerapkan tatacara ber-*muamalah* yang serupa, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi mengenai faktor apa yang paling dominan bagi calon investor untuk memutuskan menjadi investor yang berivestasi menggunakan akad *muḍārabah*.

   b. Bagi Mahasiswa

      Mahasiswa dapat memahami materi yang didapat dibangku perkuliahan dan dapat menerapkan pengetahuan yang dimiliki ketika menghadapi masalah yang ada di masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat memahami investasi-investasi yang menggunakan akad Islami sehingga tidak mudah tergiur dengan investasi bodong yang biasa ditawarkan. Selain itu, dengan ada penelitian ini masyarakat dapat beralih untuk menginvestasikan hartanya ke investasi-investasi Islami dan berbasis usaha kecil menengah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pengambilan Keputusan

Keputusan merupakan hasil pemecahan dalam suatu masalah yang harus dihadapi dengan tegas. Dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, pengambilan keputusan *(decision making)* didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak aka nada satu keputusan yang akan diambil.[1] G. R. Terry mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin.[2] Sedangkan Claude S. Goerge, Jr mengatakan, proses pengambilan keputusan itu dikerjakan oleh kebanyakan manajer berupa suatu kesadaran, kegiatan pemikiran yang termasuk pertimbangan, penilaian dan pemilihan diantara sejumlah alternatif.

Ahli lain yaitu Horold dan Cyril O'Donnell mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan diantara alternatif mengenai suatu cara bertindak yaitu inti dari perencanaan, suatu rencana tidak dapat dikatakan tidak ada jika tidak ada keputusan, suatu sumber yang dapat dipercaya, petunjuk atau reputasi yang telah dibuat dan P. Siagian

[1] M. Save Dagun, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan* (Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, 2006), 185.
[2] Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendefinisikan pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap suatu masalah, pengumpulan fakta dan data, penelitian yang matang atas alternatif dan tindakan.

Pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan disebut keputusan.[3] Dalam kajiannya, berbeda dengan pemecahan masalah yang mana ditandai dengan situasi dimana sebuah tujuan ditetapkan dengan jelas dan dimana pencapaian sebuah sasaran diuraikan menjadi sub tujuan, pada saatnya membantu menjelaskan tindakan yang harus dan kapan diambil. Pengambilan keputusan juga berbeda dengan penalaran, yang mana ditandai dengan sebuah proses oleh perpindahan seseorang dari apa yang telah mereka ketahui terhadap pengetahuan lebih lanjut.

Terdapat beberapa pengertian keputusan investasi. Menurut Sutrisno, keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang.[4] Menurut Sudana, keputusan investasi adalah keputusan keuangan tentang aktiva yang harus dibeli perusahaan.[5] Harmono menjelaskan bahwa keputusan investasi merupakan kebijakan terpenting dari kedua kebijakan lain dalam manajemen keuangan, yaitu keputusan pendanaan dan kebijakan dividen. Investasi modal sebagai aspek utama kebijakan manajemen keuangan

---

[3] Desmita, *Psikologi Perkembangan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 198.
[4] Sutrisno, *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), 5.
[5] I Made Sudana, *Manajemen Keuangan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 2011), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena investasi adalah bentuk alokasi modal yang realisasinya harus menghasilkan manfaat atau keuntungan di masa yang akan datang.[6] Dari beberapa pengertian keputusan investasi, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi adalah keputusan mengalokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang.

2. **Dasar-dasar Pengambilan Keputusan**

George R. Terry dalam Ibnu Syamsi menjelaskan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, antara lain:[7]

a. Intuisi

Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan faktor kejiwaan lain. Sifat subjektif dari keputusan intuitif ini terdapat beberapa keuntungan yaitu:

1) Pengambilan keputusan oleh satu pihak sehingga mudah untuk memutuskan.
2) Keputusan intuitif lebih tepat untuk masalah-masalah yang bersifat kemanusiaan.

Pengambilan keputusan yang berdasarkan intuisi membutuhkan waktu yang singkat untuk mmasalah-masalah yang dampaknya terbatas, pada umumnya pengambilan keputusan yang bersifat intuitif akan

[6] Harmono, *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 9.
[7] Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi* (Jakarta : Bumi Aksara, 2000), 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan kepuasan. Akan tetapi, pengambilan ini sulit diukur kebenarannya karena kesulitan mencari pembandingnya dengan kata lain hal ini diakibatkan pengambilan keputusan intuitif hanya diambil oleh satu pihak saja sehingga hal-hal yang lain sering diabaikan.

b. Pengalaman

Dalam hal tersebut, pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. Keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah.

c. Fakta

Keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.

d. Wewenang

Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik diktatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diktatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

e. Rasional

Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Masalah-masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif. Dalam masyarakat keputusan rasional dapat diukur apabila kepuasan optimal masyarakat dapat terlaksana dalam batas-batas nilai masyarakat yang diakui saat itu.

Jadi, dasar-dasar pengambilan keputusan antara lain berdasarkan intuisi, pengalaman, fakta, wewenang dan rasional.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler, karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan antara lain:[8]

a. Faktor-faktor kebudayaan

Faktor-faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang paling luas dan paling dalam pada perilaku konsumen. Para pemasar hanya perlu memahami peran yang dimainkan kebudayaan, subbudaya, dan kelas sosial konsumen.

Kebudayaan adalah penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Kebudayaan sendiri memiliki pengertian

[8] Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1997), 160-174.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperangkat nilai, persepsi, keinginan, dan perilaku dasar yang dipelajari seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga-lembaga kemasyarakatan penting lainnya. Kebudayaan merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Perilaku manusia akan sangat dipengaruhi oleh kebudayaan dimana ia bertempat tinggal dan pengaruh tersebut akan terus ada dan terus berubah mengikuti perkembangan zaman. Perilaku manusia secara luas dipelajari. Tumbuh dalam suatu masyarakat, seorang anak mempelajari nilai, persepsi, keinginan dan perilaku dasar dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya. Sebagai contoh seorang anak ingin membeli kamera adalah hasil dari perkembangan dalam masyarakat modern dimana teknologi kamera dan sekumpulan besar pengetahuan dan nilai konsumen telah berkembang. Sedang dalam budaya lain, suku yang primitif misalnya sebuah kamera tidak berarti apa-apa. Kamera bisa saja dianggap sebagai benda aneh.

Kelas sosial tidak ditentukan oleh sebuah faktor tunggal seperti penghasilan tetapi diukur sebagai suatu kombinasi dari pekerrjaan, penghasilan, pendidikan, kekayaan dan variabel-variabel lain. Dalam sebagian sistem sosial, anggota-anggota dari kelas yang berbeda dibesarkan untuk peran-peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Faktor-faktor Sosial

Faktor-faktor sosial meliputi kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok-kelompok yang memiliki pengaruh langsung dan orang-orang yang termasuk dalam kelompok itu disebut kelompok keanggotaan. Sebagian merupakan kelompok-kelompok primer dengan orang-orang yang berinteraksi secara reguler namun informal seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja. Sebagian adalah kelompok kelompok-kelompok sekunder, kelompok yang lebih formal memiliki lebih sedikit interaksi reguler. Ini termasuk organisasi seperti kelompok keagamaan, asosialsi professional dan serikat perdagangan.

Kelompok acuan seseorang terdiri atas semua kelompok di sekitar individu yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu tersebut Kelompok acuan mempengaruhi pendirian dan konsep pribadi seseorang karena individu biasanya berhasrat untuk berperilaku sama dengan kelompok acuan tersebut. Kelompok referensial adalah kelompok yang bertindak sebagai titik pembanding langsung atau referensi dalam pembentukan sikap atau perilaku seseorang. Orang-orang seringkali dipengaruhi oleh kelompok-kelompok referensi mereka tidak termasuk di dalamnya.

Anggota keluarga memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan. Keluarga merupakan organisasi pembelian – konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Keluarga sendiri biasanya menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sumber orientasi dalam perilaku. Anak akan cenderung berperilaku sama dengan orang tua saat mereka melihat perilaku orang tua mereka mendatangkan manfaat atau keuntungan.

Peranan adalah kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekellilingnya. Sedang status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai dengan peran yang dijalankan. Setiap individu dan status yang disandangnya akan mempengaruhi perilakunya. Seseorang memiliki banyak kelompok keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat definisikan dalam istilah peran dan status. Peran berisikan kegiatan-kegiatan yang dihaarapkan seseorang untuk dilakukan mengacu pada orang-orang sekitarnya. Dan setiap peran membawa status yang mencerminkan pengakuan umum masyarakat sesuai dengan status itu.

c. Faktor-faktor pribadi

Faktor-faktor pribadi termasuk usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Usia dan Tahap Daur Hidup mempengaruhi keputusan konsumen. Orang-orang mengubah barang dan jasa yang mereka konsumsi disepanjang waktu kehidupan mereka. Selera terhadap pakaian, furnitur, dan rekreasi juga berkaitan dengan usia. Begitu pula pembelian dibentuk oleh daur hidup keluarga, tahap-tahap yang akan dilalui keluarga ketika mereka tumbuh dewasa. Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang atau jasa yang dibeli.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pekerjaan individu tentunya ikut mempengaruhi perilaku pembelian individu. Penghasilan yang mereka peroleh dari pekerjaannya itulah yang menjadi determinan penting dalam perilaku pembelian mereka.

Situasi ekonomi dapat mempengaruhi barang atau jasa yang dibeli. Seseorang akan membeli dengan mempertimbangkan penghasilan dan tabungannya.

Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang sebagaimana tercermin dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup lebih banyak menjelaskan sesuatu ketimbang kepribadian dan kelas sosial seseorang. Gaya hidup menggambarkan pola tindakan dan interaksi seseorang secara menyeluruh di dunia.

Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis unik yang mengarah relatif pada tanggapan konsisten dan abadi pada lingkungan yang dimiliki seseorang. Kepribadian biasanya dipengaruhi oleh sifat-sifat kepercayaan diri, kemampuan menguasai, stabilitas emosi, dominasi, kemampuan sosialisasi, pencapaian, otonomi, daya tahan, perintah, perubahan, afiliasi, kemampuan adaptasi, perbedaan, keagresifan, kreativitas.

d. Faktor-faktor psikologis

Faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian. Motivasi adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak. Seseorang memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenis; kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan yang lain bersifat psikogenis; kebutuhan tersebut muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok. Orang yang termotivasi siap bertindak. Orang bertindak dipengaruhi persepsinya terhadap situasi.

Disamping motivasi mendasari seseorang untuk melakukan keputusan pembelian maka akan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan. Konsumen akan menampakkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk.

Persepsi adalah proses yang dengan proses itu orang-orang memilih, mengorganisasi, menginterpretasi informasi untuk membentuk gambaran dunia yang penuh arti. Ketika orang-orang bertindak, mereka belajar. Pembelajaran menjelaskan perubahan-perubahan dalam perilaku individual yang muncul dari pengalaman. Para teoritis pembelajaran mengatakan bahwa sebagian perilaku manusia dipelajari. Pembelajaran terjadi melalui dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan kembali yang saling mempengaruhi.

Selain persepsi akan muncul pula sikap seseorang dalam menilai suatu obyek yang akan diminati dan untuk dimiliki. Sikap sebagai evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap obyek yang dinilai. Melalui tindakan dan pembelajaran, orang-orang membutuhkan kepercayaan dan sikap mereka. Kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang seseorang miliki tentang sesuatu. Sikap menggambarkan evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan. Sikap menempatkan seseorang pada suatu kerangka berpikir tentang menyukai atau tidak menyukai sesuatu. Sikap sulit berubah. Sikap seseorang membentuk pola dan mengubah sebuah sikap membutuhkan banyak penyesuaian yang sulit dalam sikap-sikap yang lain.

Menurut Kartini dan Nuris Firmansyah Nugraha, didalam proses pengambilan keputusan ada dua pendekatan yang bisa dilakukan yaitu pendekatan rasional *(rational approach)* dan pendekatan irrasional *(behavioral approach)*. Menurut Plous dalam Kartini dan Nuris Firmansyah Nugraha, pendekatan pengambilan keputusan rasional pada awalnya berkembang dengan teori yang disebut *expected utility theory* yang menyatakan bahwa manusia mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan nilai manfaat bersih maksimum yang diperoleh dari keputusan yang diambil. Pendekatan ini pada umumnya digunakan dalam pengambilan keputusan masalah ekonomi dan keuangan, dimana pendekatan tersebut menitik beratkan pada analisa *cost and benefit* dengan menggunakan alat statistik dan ekonometrika. Pendekatan irrasional atau sering disebut juga dengan pendekatan behavioral yaitu pendekatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keperilakuan, dimana pendekatan ini saat ini dikembangan dalam berbagai disiplin ilmu misalnya ekonomika, keuangan, pemasaran, akuntansi, psikologi bahkan sosiologi.

a. *Illusions of control*

Istilah illusion of control sendiri pertama kali dikemukakan oleh Langer pada tahun 1975 dalam *journal of Personality and Social Psychology*. *Illusion of control* dapat diartikan sebagai fenomena dimana seseorang percaya bahwa dia (seakan-akan) bisa mengendalikan lingkungan sekitarnya walaupun pada kenyataan yang sebenarnya tidak. Di masa lalu banyak investor mempercayakan dananya kepada salah satu institusi keuangan, dan keputusan menempatkan investasi diambil oleh manajer investasi profesional. Sekarang investor lebih memilih untuk mengambil keputusan sendiri berdasarkan interpretasi yang diyakininya benar. Semakin tinggi *illusion of control* semakin sering atau semakin aktif investor dalam mengambil keputusan investasi.

b. *Overconfidence*

Overconfidence adalah perasaan percaya diri secara berlebihan. *Overconfidence* akan membuat investor menjadi *overestimate* terhadap pengetahuan yang dimiliki oleh investor itu sendiri, dan *underestimate* terhadap prediksi yang dilakukan karena investor melebih-lebihkan kemampuan yang dimiliki. *Overconfidence* juga akan mempengaruhi investor dalam berperilaku mengambil risiko, dimana investor yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rasional berusaha un-tuk memaksimalkan keuntungan sementara memperkecil jumlah dari risiko yang diambil.

c. *Emotion*

Emosi berasal dari bahasa Latin, yaitu *emovere*, yang berarti bergerak menjauh. Arti kata ini menyiratkan bahwa kecenderungan bertindak merupakan hal mutlak dalam emosi. Daniel Goleman mengatakan bahwa emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak.

Di dalam pengambilan keputusan investasi emosi dikaitkan dengan adanya *badmood* atau *goodmood* seorang investor yang dapat mempengaruhi dalam transaksi jual beli saham dibursa. Emosi merupakan bagian penting dalam proses pengambilan keputusan-keputusan yang memiliki tingkat ketidakpastianyang tinggi. Pada suatu saat goodmood investor dapat mengembil keputusan dengan baik dan benar, sebaliknya pada saat badmood investor cenderung tidak dapat mengambil keputusan dengan baik dan benar.[9]

Menurut Erna Retna Rahadjeng, wanita dan pria memiliki kondisi-kondisi khusus yang berbeda baik dari segi fisik psikologis maupun dari segi biologisnya. Perbedaan tersebut merupakan sumber perbedaan fungsi dan peran yang diemban oleh wanita dan pria. Jika memperhatikan

[9] Kartini dan Nuris Firmansyah Nugraha, "Pengaruh *Illusions Of Control, Overconfidence* Dan *Emotion* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada Investor di Yogyakarta", *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan,* No 2, Vol 4 (Mei, 2015), 117-118.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perbedaan peran dan fungsi yang diemban wanita dan pria diatas, maka akan terlihat bahwa pergerakan/perjalanan yang dilakukan oleh wanita memiliki pola yang berbeda dengan pergerakan/perjalanan yang dilakukan pria.

Laki-laki dan perempuan adalah setara. Setara baik sebagai subyek maupun objek, setara untuk sama-sama dipertimbangkan kebutuhan spesifiknya, juga setara untuk masuk dan terlibat dalam proses dan merasakan hasil maupun menerima distribusi *resources.* Laki-laki dan perempuan sama-sama memiliki potensi untuk berkontribusi dalam pembangunan, pengambilan keputusan politik, ketenagakerjaan, dan pengentasan kemiskinan. Pelibatan laki-laki dan perempuan secara seimbang dengan demikian adalah kebutuhan. Sayangnya, perempuan karena identitas biologisnya seringkali tidak mendapatkan kesempatan untuk terlibat juga untuk diakses kebutuhan spesifiknya.

Sumber permasalahannya bisa terletak pada konstruksi sosial maupun *power relations* yang masih timpang. Oleh karena setiap pengambilan keputusan memiliki implikasi gender, pengintegrasian perspektif gender dalam berinvestasi di pasar modal menjadi tidak terhindarkan. Ia tidak hanya untuk mendorong keterlibatan perempuan, tetapi juga untuk mendesain kebijakan/program yang sensitif terhadap kebutuhan spesifik perempuan.

Perempuan memiliki perbedaan perspektif dengan kaum deangan kaum laki-laki. Perbedaan perspektif dalam memandang dan menyikapi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persoalan-persoalan pengambilan keputusan dialami oleh kaum perempuan. Perbedaan ini dilatarbelakangi oleh perbedaan peran yang diemban oleh kaum perempuan. Perempuan memiliki peran ganda dalam kehidupan kesehariannya. Lingkup aktivitas seorang perempuan mencakup tiga wilayah sekaligus, yaitu perannya di keluarga, lingkungan tempat tinggal dan dilingkungan kerjanya.

Dengan ketiga perannya ini, perempuan memanfaatkan fasilitas yang ada dengan intensitaas yang berbeda dengan kaum laki-laki. Peran reproduksi yang diemban oleh kaum perempuan memiliki kontribusi yang cukup signifikan dalam berinvestasi di pasar modal.

Kaum perempuan di Negara-negara berkembang memiliki andil yang cukup besar dalam menangani masalah kemisninan. Oleh karena itu, penting sekali untuk melibatkan perempuan dalam setiap proses pengambilan keutusan public, termasuk diantaranya adalah dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Investasi di pasar modal akan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan perempuan dalam memanfaatkan fasilitas pasar modal untuk menambah pendapatan keluarga. Penelitian ini mencoba menemu kenali celah terjadinya dialog antar gender sehingga memungkinkan pelibatan kaum perempuan dalam proses pengambilan keputusan berinvestasi, terutama sebagai investor individu dalam perdagangan saham. Untuk dapat mengenali keberadaan ruang dialog antar gender dan memberikan rekomendasi pelibatan perempuan dalam proses pengambilan keputusan, maka pertama kali perlu dilakukan kajian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengenai perilaku perempuan dalam proses pengambilan keputusan berinvestasi di pasar modal.[10]

Menurut Mahastanti, keputusan seseorang dalam berinvestasi dipengaruhi oleh dua hal, yaitu:

a. Faktor Lingkungan adalah sesuatu yang melekat pada diri individu yang tercermin dalam kondisi keuangan keluarga mereka. Faktor lingkungan meliputi tingkat pendapatan, kekayaan dan status rumah yang dimiliki.
b. Faktor *Biopsychosocial* adalah sesuatu yang melekat pada diri individu yang nilainya akan terus sama sepanjang waktu. Faktor *biopsychosocial* meliputi gender, usia, suku/ras.[11]

Kahneman dan Tversky menemukan *prospect theory* yang menyatakan bahwa teori ini dimulai dengan mengkritik teori utilitas yang paling banyak dipergunakan dalam menganalisis investasi terutama dalam kondisi berisiko. Dalam *prospect theory* terdapat 3 faktor yang dipelajari, yaitu *mental accounting, regret aversion dan loss aversion.* Ketiga faktor ini dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang.

a. Thaler dan Shefrin mendefinisikan *mental accounting* sebagai perilaku seseorang pada saat melakukan, pemisahan dana yang masuk dan keluar seperti halnya model akuntansi. Dalam konteks *real estate*, Seiler dan Seiler menyatakan bahwa investor yang mengalami kerugian pada asetnya akan dapat meminimalkan penyesalannya dengan berpikir

[10] Erna Retna Rahadjeng, "Analisis Perilaku Investor Perspektif Gender dalam Pengambilan Keputusan Investasi di Pasar Modal", *Humanity,* No 2, Vol 6 (Maret 2011), 90-91.
[11] Linda Ariany Mahastanti, "Pengaruh Faktor *Biopsychosocial* dan Faktor Liingkungan terhadap *Risk Aversion* Investor, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis,* No 1, Vol XVI (September 2011), 59-60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa return dari portofolio lebih besar dari kerugiannya. Dengan tidak memikirkan kerugian yang baru dialami, investor akan merasa lebih tenang dalam jangka waktu pendek.

b. *Regret aversion* mengacu pada fenomena bahwa investor akan tetap mempertahankan harga beli sebagai titik acuan untuk menjual kembali karena berdasarkan dari pengalaman bahwa pilihan yang menguntungkan akan terjadi jika mendapat informasi yang tepat di saat pengambilan keputusan sebagaimana yang diungkapkan Samuelson dan Zeckhauser. Sedangkan menurut pendapat Pompian *regret aversion* menunjukkan tindakan menghindari konsekuensi karena ada perasaan takut. Pada dasarnya, faktor ini berusaha mencegah penyesalan yang akan terjadi bila salah mengambil keputusan.

c. *Loss aversion* mengacu pada kenyataan bahwa seseorang akan cenderung lebih sensitif terhadap kerugian daripada keuntungan. Seseorang dikatakan tidak mau mengalami kerugian dapat dilihat dari kewaspadaan terhadap kerugian lebih besar daripada keuntungan.

   Engelhardt menyatakan bahwa perilaku *loss aversion* yang terjadi dalam real estate dapat mempengaruhi mobilitas rumah tangga. Pemilik rumah memiliki kecenderungan menghindar dari kerugian untuk mendapatkan keuntungan, sehingga tidak akan menjual rumahnya dengan rugi.[12]

[12] Andrian Sumtoro dan Njo Anastasia, "Perilaku Keuangan dalam Pengambilan Keputusan Berinvestasi Properti Residensial di Surabaya", *FINESTA,* No 1, Vol 3 (2015), 42.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Nagy dan Obenberger klasifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan investasi dibagi dalam dua sudut pandang *economic* dan *behavioral motivation.*

a. *Economic Factor* meliputi *neutral information*, *accounting information*, *classic*.

1) *Neutral information* adalah informasi berasal dari luar yang menunjukkan gambaran agar informasi-informasi yang didapat tidak berat sebelah, informasi ini mencakup ulasan dan informasi dari media tentang keuangan maupun keadaan ekonomi yang berhubungan dengan kegiatan yang meliputi informasi tentang pemberitaan atau ulasan di media keuangan yang biasanya membahas tentang keadaan atau kondisi saat ini dengan perkembangan investasi yang ada serta hal-hal lain yang berhubungaan dengan investasi dan keuangan, pemberitaan atau ulasan di media umum, perubahan harga saham, ulasan di media umum, perubahan harga saham dari analis keuangan yang dipublikasikan di media dan indikator ekonomi (inflasi, tingkat suku bunga, dan lain-lain).

2) *Accounting information* yaitu informasi yang berhubungan dengan laporan keuangan perusahaan, meliputi data pada laporan dan prospektus, penilaian terhadap saham dengan menghitung NPV, IRR dan lain-lain, pendapatan atau laba perusahaan yang diharapkan, sejarah pendirian perusahaan dankemampuan bursa saham saat ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) *Classic* merupakan kemampuan investor menentukan kriteria pada dasar ekonomis dari perilaku investor, meliputi informasi tentang dividen yang diharapkan, harga saham pada pembukaan, konsekuensi pajak yang harus ditanggung, dan kemampuan untuk memperkecil risiko.

b. *Behavioral motivation* yaitu keputusan investasi berdasarkan psikologi investor atau sesuatu yang diyakininya, yang meliputi faktor *self image/firm-image coincidence*, *social relevance, advocate recommendation, personal financial needs.*

1) *Self image/firm-image coincidence* merupakan informasi yang berhubungan dengan penilaian terhadap perusahaan, meliputi informasi tentang reputasi perusahaan, posisi perusahaan pada industri yaitu termasuk *market leader* atau *market follower*, *new comers*, perkiraan produk dan pelayanan perusahaan, mengetahui etika-etika perusahaan, nilai saham perusahaan pada waktu yang lalu.

2) Social relevance menyangkut informasi keberadaan saham perusahaan di bursa saham dan tanggung jawab sosial perusahaan, yang meliputi informasi tentang posisi saham dalam saham-saham yang terdaftar pada bursa saham termasuk saham *blue chip* atau *second liner*, jenis investasi yang beroperasi di area local, jenis investasi yang beroperasi di area internasional dan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan *(Corporate Social*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Responbility).

3) *Advocate recommendation* dimana sumber informasi dapat membangun gagasan dan pemahaman berdasarkan rekomendasi yang telah diberikan dengan memperhatikan kepentingan tetap dalam hasil pada kegiatan pokok investor, hal ini juga diungkapkan oleh Toral bahwa investor dalam pemilihan investasi membutuhkan tenaga profesional sehingga tidak ada kecemasan dalam memilih investasi di saat keadaan pasar sedang lesu, informasi tersebut meliputi rekomendasi dari broker, rekomendasi dari teman dan pendapat dari keluarga.

4) *Personal financial needs* jenis informasi ini didapat berdasarkan pengalaman investor dalam melihat nilai investasi dan perhitungan pada pengeluaran konsumsi sebagai seorang yang sungguh independen, yang meliputi informasi tentang target hasil dari investasi untuk memenuhi keuangan pribadi, estimasi dana untuk investasi, keinginan diversifikasi, melihat kembali kinerja portofolio saham yang dimiliki di masa lalu, melihat alternative investasi lain selain yang telah dimiliki dengan melakukan perbandingan alternatif investasi selain saham, misalnya obligasi, emas, deposito dan lain-lain

Menurut Ritter dalam Pramita Agustin, investor di Jepang, Taiwan, dan Amerika Serikat telah kehilangan uang dalah jumlah cukup besar dalam trading karena perilaku yang rasional. Beberapa faktor psikologi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang mempengaruhi perilaku investor dalam keputusan investasinya adalah sebagai berikut:

a. *Overconfident* menurut Nosfinger dalam Pramita Agustin adalah perasaan percaya kepada dirinya sendiri secara berlebihan sehingga dapat membuat investor menjadi *overestimate* terhadap pengetahuan dan dapat membuat investor menjadi *underestimate* terhadap prediksi yang dilakukan karena investor melebih-lebihkan kemampuannya.
b. *Data Maining*. Menurut Roth dalam Pramita Agustin, investor menemukan pola diluar random dengan membaca, meneliti data di masa lalu *(historical data)*, dan menggunakannya sebagai alat ukur untuk meprediksi kejadian di masa yang akan datang.
c. *Herd-Like Behavior* menurut Tilson dalam Pramita Agustin merupakan perilaku investor untuk melakukan transaksi jual-beli saham dengan motif untuk meramaikan bursa.
d. *Social Interaction* menurut Nosfinger dalam Pramita Agustin adalah interaksi antara investor dengan broker atau antara satu investor dengan investor lain yang berkaitan dengan investasi. Interaksi sosial dengan pelaku bursa dan investor lain dapat mempengaruhi keputusan investor dalam investasi.
e. *Emotion* menurut Nosfinger dalam Pramita Agustin berkaitan dengan adanya *badmood* atau *goodmood* investor yang dapat mempengaruhi keputusan investor. Emosi merupakan bagian terpenting dalam pengambilan keputusan karena memiliki tingkat ketidakpastian yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tinggi.

f. *Status Quo.* Menurut Roth dalam Pramita Agustin investor lebih merasa nyaman pada style atau gaya yang dimiliki. Dengan kata lain seorang investor enggan keluar dari zona nyaman mereka.

g. *Representativeness* menurut Nosfinger dalam Pramita Agustin adalah penilaian berdasarkan *stereotypes* yakni dua hal yang memiliki kualitas yang sama, misalnya *good company* pasti good stock.

h. *Familiarity* menurut Nosfinger dalam Pramita Agustin adalah kecenderungan investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang sudah dikenalnya.

i. *Fear and Greed* menurut Roth dalam Pramita Agustin adalah rasa ketakutan dan keserakahan yang merupakan naluri manusia dimana seseorang akan lari dari sesuatu yang membahayakan dan menghampiri dalam hidupnya.

j. *Lost Aversion*. Menurut Roth dalam Pramita Agustin, investor merasa lebih terluka jika mengalami *loss* daripada mengalami *gain* meskipun dalam jumlah yang sama.

k. *Anchoring*. Menurut Roth dalam Pramita Agustin, perilaku investor dalam melakukan perdagangan saham yang hanya terkunci pada harga, baik harga pada masalalu maupun masa kini.

l. *Pride and Regret* menurut Nosfinger dalam Pramita Agustin adalah perasaan gembira pada saat keputusan yang dibuat berjalan dengan baik dan penyesalan ketika keputusan yang dibuat tidak berjalan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baik.[13]

Menurut Pramita Agustin, faktor religius memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Ibnu Khaldun dalam Asytuti menjelaskan syariah mempunyai peranan yang penting dalam membentuk perilaku masyarakat dalam pembangunan ekonomi. Syariah mengutamakan kerjasama, menanamkan kualitas kebaikan seperti, ketaatan, kejujuran, integritas, kesederhanaan, keadilan, kedamaian, dan keharmonisan sosial serta mengontrol tingkah lakunya.

Ancok dan Sudarsono menyatakan bahwa rumusan Glock dan Stark yang membagi religiusitas menjadi lima dimensi dalam tingkat tertentu memiliki kesesuaian dengan Islam, diantaranya :

a. Dimensi keyakinan dapat disejajarkan dengan akidah. Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan seorang muslim terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik.
b. Dimensi praktik agama dapat disejajarkan dengan syariah. Dimensi peribadatan (praktik agama) atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepatuhan seorang muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan dianjurkan oleh agamanya.
c. Dimensi pengalaman dapat disejajarkan dengan *ihsan*. Dimensi pengalaman (atau penghayatan) atau *ihsan* menunjuk pada seberapa jauh tingkat seorang muslim dalam merasakan dan mengalami perasaan-

[13] Pramita Agustin, "Perilaku Investor Muslim dalam Bertransaksi Saham di Pasar Modal", *JESTT,* No 12, Vol 1 (Desember 2014), 883-884.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perasaan dan pengalaman-pengalaman religius.

d. Dimensi pengetahuan agama dapat disejajarkan dengan ilmu. Dimensi pengetahuan agama atau ilmu menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman seorang muslim terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya, sebagaimana termuat dalam kitab sucinya.

e. Dimensi pengamalan dapat disejajarkan dengan akhlak. Dimensi pengamalan atau akhlak menunjuk pada seberapa tingkatan seorang muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain.[14]

4. Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler, proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap pengenalan masalah *(problem recognition)*, pencarian informasi *(information search)*, evaluasi alternatif *(evaluation of alternatives)*, keputusan pembelian *(purchase decision)* dan perilaku purna-beli *(postpurchase behaviour)*.

Gambar 2.1
Proses Keputusan Pembelian

Sumber: Philip Kotler, Prinsip-prinsip Pemasaran.

[14] Ibid., 884-885.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pengenalan Masalah

Diawali dengan proses seseorang yang mengenali kebutuhan atau masalah. Seseorang merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dan sebagian keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat dirangsang oleh rangsangan internal bila salah satu dari kebutuhan normal seseorang muncul sampai pada tingkat yang cukup tinggi untuk menjadi dorongan. Kebutuhan juga dapat dirangsang oleh rangsangan eksternal.

b. Pencarian informasi

Jika seseorang yang tergerak pada suatu maka ia akan mencari informasi. Jika dorongan itu kuat dan produk yang memuaskan ada didekatnya, maka ia akan membelinya. Jika tidak, maka akan menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau akan melakukan pencarian informasi yang berkaitan dengan kebutuhan itu.

Dalam pencarian informasi seseorang memperoleh informasi dari beberapa sumber, sumber-sumber ini meliputi:

1) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan
2) Sumber komersil: iklan, wiraniaga, penyalur, pengemasan, pajangan
3) Sumber publik: media massa
4) Sumber eksperensial: penanganan, pengujian, penggunaan produk tersebut.

Secara umum, konsumen menerima informasi paling banyak melalui sumber komersil. Sumber komersil biasanya menginformasikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembeli, tapi sumber pribadi melegitimasi atau mengevaluasi produk dari pembeli.

c. Evaluasi Alternatif

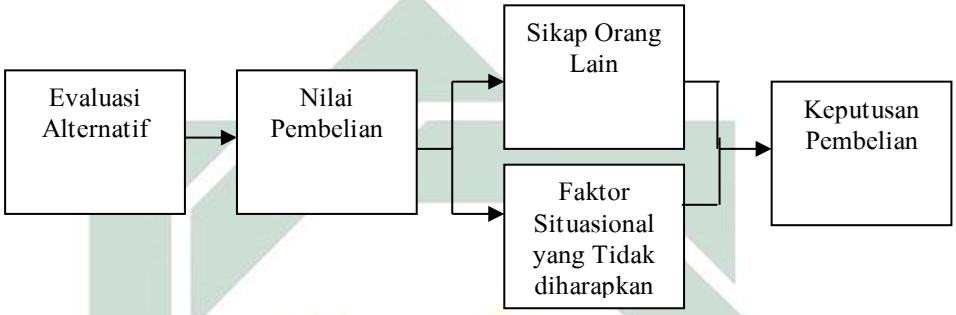
Konsep-konsep dasar tertentu akan membantu menjelaskan proses evaluasi. *Pertama*, kita berasumsi bahwa setiap konsumen melihat produk sebagai sekumpulan ciri produk. Tiap orang akan berbeda dalam mempertimbangkan apakah ciri ini relevan. Seseorang akan memberi perhatian paling besar pada ciri-ciri produk yang berkaitan dengan kebutuhan mereka. *Kedua*, seseorang akan memberikan derajat kepentingan yang berbeda untuk ciri-ciri yang berlainan yaitu setiap orang mengaitkan pentingnya setiap ciri mengacu pada kebutuhan dan keinginan uniknya. *Ketiga*, konsumen cenderung mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang ciri-ciri apa yang menonjol pada setiap merek. *Keempat*, konsumen diasumsikan memiliki fungsi kegunaan untuk setiap ciri. Fungsi kegunaan itu menunjukkan bahwa konsumen mengharapkan kepuasan produk total untuk membedakan dengan tingkat yang berbeda dari produk yang berbeda. *Kelima*, konsumen tiba pada sikap ke arah merek-merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi tertentu. Konsumen telah untuk menggunakan satu atau lebih dari beberapa prosedur evaluasi bergantung pada konsumen tersebut dan keputusan pembeliannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Keputusan pembelian

Langkah-langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2
Keputusan Pembelian



Sumber: Philip Kotler, Prinsip-prinsip Pemasaran .

Faktor pertama adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain akan mempengaruhi pilihan seseorang tergantung pada kekuatan sikap orang lain itu terhadap keputusan pembelian dan memotivasi seseorang untuk mematuhi keinginan orang lain itu.

Niat pembelian juga dipengaruhi faktor situasional yang tidak diharapkan. Faktor ini seperti pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan dan manfaat yang diharapkan. Ketika konsumen ingin bertindak, faktor-faktor situasional yang tidak diharapkan muncul dan mengubah niat pembelian.

Jadi, preferensi dan bahkan niat pembelian tidak selalu melahirkan pilihan pembelian aktual. Preferensi dan niat dapat mengarah pada perilaku pembelian tetapi tidak sepenuhnya menentukan hasil.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Perilaku purna-beli

Setelah membeli produk, konsumen akan puas/ tidak puas setelah terlibat dalam perilaku purna-beli. Yang menentukan seseorang puas/tidak terhadap pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan. Jika memenuhi harapan, maka konsumen puas, bila tidak konsumen tidak puas.

Konsumen mendasarkan harapan-harapan mereka pada pesan yang mereka terima dari para penjual, teman-teman, dan sumber-sumber informasi lain. Jika penjual melebih-lebihkan kinerja produk, harapan konsumen tidak akan terpenuhi maka situasi akan mengarah pada ketidakpuasan. Fakta ini menyarankan bahwa penjual seharusnya membuat klaim produk yang dengan penuh keyakinan menampilkan kinerja produk sehingga para pembeli merasa puas.[15]

5. Investasi

Manan menyatakan investasi berasal dari bahasa Latin yaitu *investire* (memakai). Sedangkan dalam bahasa Inggris disebut dengan *investment.* Fitsgeral dalam Manan mengartikan investasi adalah aktivitas yang berkaitan dengan usaha penarikan sumber-sumber (dana) yang dipakai untuk mengadakan barang modal pada saat sekarang, dan dengan barang modal akan dihasilkan aliran produk baru di masa yang akan datang.[16]

[15] Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1997), 174-178.
[16] Abdul Manan, *Aspek Hukum dalam Penyelenggaraan Investasi di Pasar Modal Syariah Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2009), 183.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Taswan dan Soliha, investasi adalah investasi dapat dilakukan oleh individu maupun badan usaha (termasuk lembaga perbankan) yang memiliki kelebihan dana. Investasi dapat dilakukan baik di pasar uang maupun pasar modal ataupun ditempatkan sebagai kredit pada masyarakat yang membutuhkan. Sedangkan menurut Rakhimsyah dan Gunawan, investasi adalah mengorbankan aset yang dimiliki sekarang untuk mendapatkan aset pada masa yang akan datang dengan jumlah yang lebih besar.[17]

Martono dan Harjito menjelaskan bahwa investasi merupakan penanaman dana yang dilakukan oleh suatu perusahaan ke dalam suatu aset dengan harapan memperoleh pendapatan di masa yang akan datang.[18] Menurut Mulyadi, investasi adalah pengaitan sumber-sumber dalam jangka panjang untuk menghasilkan laba di masa yang akan datang.[19] Dari beberapa pengertian mengenai investasi, maka dapat disimpulkan bahwa investasi adalah penanaman sejumlah dana pada saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang.

Untuk mencapai suatu efektivitas dan efisiensi dalam keputusan, maka diperlukan ketegasan akan tujuan yang diharapkan. Begitu pula halnya dalam bidang investasi, perlu menetapkan tujuan yang hendak dicapai, yaitu:

---

[17] Leli Amnah Rakhimsyah dan Barbara Gunawan, "Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Tingkat Suku Bunga terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Investasi*, No 1, Vol 7 (Juni 2011), 32.
[18] Martono dan Agus Harjito, *Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), 138.
[19] Mulyadi, *Sistem Akuntansi,* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001), 284.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Terciptanya keberlanjutan *(continuity)* dalam investasi tersebut
b. Terciptanya profit yang maksimum atau keuntungan yang diharapkan *(profit actual)*
c. Terciptanya kemakmuran bagi para pemegang saham
d. Turut memberikan andil bagi pembangunan bangsa.[20]

Fahmi dan Hadi menjelaskan bahwa pada umumnya dalam aktivitas investasi terdapat dua bentuk, yaitu:

a. Investasi nyata *(real investment)*

   Investasi nyata secara umum melibatkan aset berwujud, seperti tanah, mesin-mesin, atau pabrik.

b. Investasi keuangan *(financial investment)*

   Investasi keuangan melibatkan kontrak tertulis, seperti saham biasa *(common stock)* dan obligasi *(bond)*.[21]

Setiap melakukan keputusan investasi selalu memerlukan proses yang mana proses tersebut memberikan gambaran setiap tahap yang akan ditempuh oleh perusahaan. Secara umum proses manajemen investasi meliputi lima langkah, yaitu:

a. Menetapkan sasaran investasi

   Penetapan sasaran, artinya melakukan keputusan yang bersifat fokus atau menempatkan target sasaran terhadap yang akan diinvestasikan. Penetapan sasaran investasi sangat disesuaikan dengan apa yang ditujukan pada investasi tersebut.

[20] Irham Fahmi dan Hadi, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi,* (Bandung: Alfabeta, 2011), 6.
[21] Ibid., 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Membuat kebijakan investasi

Pada tahap proses yang kedua ini menyangkut dengan bagaimana perusahaan mengelola dana yang berasal dari saham, obligasi, dan lainnya untuk kemudian didistribusikan ke tempat-tempat yang dibutuhkan. Perhitungan pendistribusian dana ini haruslah dilakukan dengan prinsip kehati-hatian *(prudential principle)* karena berbagai hal akan dapat timbul pada saat dana tersebut tidak mampu untuk ditarik kembali.

c. Memilih strategi portofolio

Memilih strategi menyangkut keputusan peranan yang akan diambil oleh pihak perusahaan, yaitu apakah bersifat aktif atau pasif saja. Pada saat perusahaan melakukan investasi aktif maka semua kondisi tentang perusahaan akan dengan cepat tergambarkan di pasar saham. Investasi aktif akan selalu mencari informasi yang tersedia dan kemudian selanjutnya mencari kombinasi portofolio yang paling tepat untuk dilaksanakan. Sedangkan secara pasif hanya dapat dilihat pada indeks rata-rata saja atau berdasarkan pada reaksi pasar saja tanpa ada sikap aktraktif.

d. Memilih asset

Pihak perusahaan berusaha memilih aset investasi yang nantinya akan memberi keuntungan yang tertinggi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Mengukur dan mengevaluasi kinerja

Tahap ini menjadi tahap re-evaluasi bagi perusahaan untuk melihat kembali apa yang telah dilakukan selama ini dan apakah tindakan yang telah dilakukan selama ini benar-benar maksimal atau belum maksimal. Jika belum maka sebaiknya segera melakukan perbaikan agar kerugian tidak akan terjadi.[22]

Satrio dalam Pramita Agustin menjelaskan bahwa dalam melakukan transaksi keuangan termasuk juga dalam berinvestasi berdasarkan prinsip syariah harus menjauhi hal-hal berikut ini:

a. Terbebas dari unsur riba

Riba secara etimologi berarti tumbuh dan bertambah, dan dalam terminologi syariah para ulama banyak memberikan definisi diantaranya sebagai kelebihan yang tidak ada padanan pengganti *('iwadh)* yang tidak dibenarkan syariah yang disyaratkan oleh salah satu dari dua orang yang berakad. Imam Badrudin Al 'Aini dalam kitabnya *'Umdatu al-Qari* mendefinisikan riba sebagai penambahan atas harta pokok tanpa adanya transaksi bisnis riil.

Secara garis besar riba terbagi menjadi dua kelompok besar yaitu, riba utang piutang dan riba jual beli. Riba atas utang piutang terbagi menjadi riba *qardh* dan riba *jahiliyah*. Sedangkan yang termasuk dalam kelompok riba jual beli adalah riba fadhl dan riba nasi'ah. Kemudian jenis barang ribawi, mayoritas ulama bersepakat bahwa yang termasuk

[22] Ibid., 9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam barang ribawi ada enam yaitu, emas, perak, garam, tepung, gandum, dan kurma (bahan makanan pokok).

b. Terhindar dari unsur *gharar*

Secara etimologi gharar bermakna kekhawatiran atau resiko, dan gharar berarti juga menghadapi suatu kecelakaan, kerugian, dan atau kebinasaan. *Gharar* juga dikatakan sebagai sesuatu yang bersifat tidak pasti *(uncertainty)*. Jual beli *gharar* berarti sebuah jual beli yang mengandung unsur ketidakpastian *(jahalah)* atau ketidaktahuan antara kedua belah pihak yang bertransaksi, atau aktivitas jual beli yang obyek akadnya tidak diyakini dapat diserahkan.

c. Terhindar dari unsur judi *(maysir)*

Secara etimologi bermakna mudah, sehingga maysir merupakan bentuk obyek yang diartikan sebagai tempat untuk memudahkan sesuatu. Dikatakan memudahkan sesuatu karena seseorang yang seharusnya berusaha dengan bersusah payah, mencari jalan pintas dengan harapan apa yang dikehendaki dapat tercapai walaupun bertentangan dengan prinsip syariah.

d. Terhindar dari unsur haram

Investasi yang dilakukan oleh investor muslim harus terhindar dari unsur haram. Sesuatu yang haram merupakan segala yang dilarang oleh Allah Swt. dan Rasulullah Saw.. Kata haram secara etimologi bermakna melarang. Sesuatu yang haram berarti dilarang untuk dilakukan. Dalam kaidah ushul fiqh haram didefinisikan sebagai sesuatu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang disediakan hukuman bagi yang melakukannya dan disediakan pahala bagi yang meninggalkannya karena diniatkan untuk menjalankan syariat Allah Swt.

Secara garis besar haram diketegorikan menjadi dua, yaitu haram secara zatnya dan haram karena proses yang ditempuh untuk mendapatkannya. Makanan atau barang halal yang diperoleh dengan cara bathil (mencuri, merampok, dan lainnya) menjadi tidak halal hukumnya.

e. Terhindar dari unsur *syubhat*

Kata *syubhat* mempunyai arti mirip, serupa, semisal dan bercampur. Dalam terminologi syariah syubhat diartikan sebagai sesuatu perkara yang tercampur (antara halal dan haram), akan tetapi tidak diketahui secara pasti apakah ia sesuatu yang halal atau sesuatu yang haram, dan apakah ia merupakan hak atau bathil.[23]

6. *Muḍārabah*

Dalam fiqih Islam *Muḍārabah* merupakan salah satu bentuk kerja sama antara *rab maal* (investor) dengan seorang pihak kedua *(muḍarib)* yang berfungsi sebagai pengelola dalam berdagang. Istilah *Muḍārabah* oleh ulama fiqih hijaz menyebutnya dengan *Qiraḍ*. Menurut jumhur, *Muḍārabah* adalah bagian dari musyarakah.[24]

---

[23] Pramita Agustin, "Perilaku Investor Muslim dalam Bertransaksi Saham di Pasar Modal", *JESTT,* No 12, Vol 1 (Desember 2014), 880-881.
[24] Saiful Jazil, *Fiqih Muamalah* (Surabaya: UINSA Press, 2014), 134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Muhammad Rawas Qal'aji dalam Antonio. *Muḍārabah* (*trust financing/trust investment)* berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.

Menurut Latifa M. Algaoud dan Mervyn K. Lewis, *Muḍārabah* dapat didefinisikan sebagai sebuah perjanjian di antara paling sedikit antara dua pihak, dimana satu pihak, pemilik modal mempercayakan sejumlah dana kepada pihak lain untuk menjalankan suatu aktivitas atau usaha.[25]

Menurut Aflazur Rahman sebagaimana dikutip oleh Gemala Dewi dkk, antara tenaga dan harta, seorang (pihak pertama/*supplier/shahibul maal/*pemilik modal) memberikan hartanya kepada pihak lain (pihak kedua/pemakai/*mudlarib*/pengelola) yang digunakan untuk berbisnis dengan ketentuan bahwa laba (keuntungan) yang diperoleh akan dibagi masing-masing pihak sesuai dengan kesepakatan. Bila terjadi kerugian, maka ketentuannya berdasarkan syara' bahwa kerugian dalam *Muḍārabah* dibebankan kepada harta, tidak dibebankan sedikitpun kepada pengelola yang bekerja.[26]

Secara teknis, *Muḍārabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama *(shahibul maal)* menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *Muḍārabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam

---

[25] Latifa M. Algoud Dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syariah, Praktik dan Prospek* (Terjemahan Burhan Wirasubrata) (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2005), 66.
[26] Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2006), 119.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Secara umum *Muḍārabah* dibagi menjadi dua jenis, *Muḍārabah* muthlaqoh dan *Muḍārabah* muqayyadah.

a. *Muḍārabah Muṭlaqoh*

Yang dimaksud dengan transaksi *Muḍārabah* muthlaqoh adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudlarib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqih ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if'al ma syi'ta* (lakukan sesukamu) dari *shahibul maal* ke *mudlarib* yang memberi kekuasaan sangat besar.

b. *Muḍārabah Muqayyadah*

Muḍārabah muqayyadah atau disebut juga dengan istilah *restricted Muḍārabah/ specified Muḍārabah* adalah kebalikan dari *Muḍārabah* muthlaqoh. Si *mudlarib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si *ṣahibul māl* dalam memasuki jenis dunia usaha.[27]

Secara eksplisit dalam Al-Quran tidak dijelaskan langsung mengenai hukum *Muḍārabah* meskipun menggunakan akar kata *ḍarb* yang darinya

[27] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 97.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Muḍārabah diambil sebanyak lima puluh delapan kali.[28] Namun ayat-ayat tersebut memiliki kaitan dengan *Muḍārabah* meski diakui sebagai kaitan yang jauh menunjukkan arti "perjalanan" atau "perjalanan untuk tujuan dagang". Dalam Islam akad *Muḍārabah* dibolehkan, karena bertujuan untuk saling membantu antara investor dengan pengelola. Demikian yang dikatakan oleh Ibn Rusyd dalam *Bidayatul Mujtaḥid II* dari madzhab Maliki bahwa kebolehan akad *Muḍārabah* merupakan suatu kelonggaran yang khusus.[29]

Dasar hukum *Muḍārabah* antara lain Firman Allah pada Surat *al-Muzammil* ayat 20:

۞ إِنَّ رَبَّكَ يَعۡلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدۡنَىٰ مِن ثُلُثَيِ ٱلَّيۡلِ وَنِصۡفَهُۥ وَثُلُثَهُۥ وَطَآئِفَةٞ مِّنَ ٱلَّذِينَ
مَعَكَۚ وَٱللَّهُ يُقَدِّرُ ٱلَّيۡلَ وَٱلنَّهَارَۚ عَلِمَ أَن لَّن تُحۡصُوهُ فَتَابَ عَلَيۡكُمۡۖ فَٱقۡرَءُواْ مَا تَيَسَّرَ
مِنَ ٱلۡقُرۡءَانِۚ عَلِمَ أَن سَيَكُونُ مِنكُم مَّرۡضَىٰ وَءَاخَرُونَ يَضۡرِبُونَ فِي ٱلۡأَرۡضِ
يَبۡتَغُونَ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ وَءَاخَرُونَ يُقَٰتِلُونَ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِۖ فَٱقۡرَءُواْ مَا تَيَسَّرَ مِنۡهُۚ
وَأَقِيمُواْ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتُواْ ٱلزَّكَوٰةَ وَأَقۡرِضُواْ ٱللَّهَ قَرۡضًا حَسَنًاۚ وَمَا تُقَدِّمُواْ لِأَنفُسِكُم
مِّنۡ خَيۡرٖ تَجِدُوهُ عِندَ ٱللَّهِ هُوَ خَيۡرٗا وَأَعۡظَمَ أَجۡرٗاۚ وَٱسۡتَغۡفِرُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ غَفُورٞ
رَّحِيمُۢ ٢٠

QS. *al-Jumuah* ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ وَٱبۡتَغُواْ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ وَٱذۡكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرٗا
لَّعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ١٠

[28] Saiful Jazil, *Fiqih Muamalah* (Surabaya: UINSA Press, 2014), 135.
[29] Ibid., 134.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

QS. *al-Baqarah* ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَن تَبْتَغُوا۟ فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۚ فَإِذَآ أَفَضْتُم مِّنْ عَرَفَٰتٍ
فَٱذْكُرُوا۟ ٱللَّهَ عِندَ ٱلْمَشْعَرِ ٱلْحَرَامِ ۖ وَٱذْكُرُوهُ كَمَا هَدَىٰكُمْ وَإِن كُنتُم مِّن قَبْلِهِۦ
لَمِنَ ٱلضَّآلِّينَ ﴿١٩٨﴾

Ketiga ayat tersebut, secara umum mengandung kebolehan akad *Muḍārabah* yang secara bekerja mencari rejeki yang ditebarkan Allah Swt. Di muka bumi. Kemudian dalam sabda Rasulullah saw. dijumpai sebuah riwayat dalam kasus *Muḍārabah* yang dilakukan oleh Abbas ra yang artinya "Tuan kami Abbas Ibn Abd al-Muthalib jika menyerahkan hartanya (kepada seseorang yang pakar dalam perdagangan) melalui akad *Muḍārabah*, dia mengemukakan syarat bahwa harta itu jangan diperdagangkan melalui lautan, juga jangan menempuh lembah-lembah dan tidak boleh dibelikan hewan ternak yang sakit tidak dapat bergerak atau berjalan. Jika (ketiga) hal itu dilakukan, maka pengelola modal dikenai ganti rugi. Kemudian syarat yang dikemukakan Abbas Ibn Abd al-Muthalib ini sampai pada Rasulullah saw dan Rasulullah membolehkannya." (HR. al-Thabrani)

Secara singkat *Muḍārabah* atau penanaman modal adalah penyerahan modal uang kepada orang-orang yang berniaga sehingga ia mendapatkan prosentase keuntungan.[30] Pengelola tidak ikut menyertakan modal, tetapi menyertakan tenaga dan keahliannya dan juga tidak meminta gaji atau upah dalam menjalankan usahanya. Pemilik dana hanya menyediakan

[30] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007), 60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

modal dan tidak dibenarkan untuk ikut campur dalam manajemen usaha yang dibiayainya. Kesediaan pemilik dana untuk menanggung resiko apabila terjadi kerugian menjadi dasar untuk mendapat bagian dari keuntungan.[31]

Dalam satu kontrak *Muḍārabah* pemodal dapat bekerja sama dengan lebih dari satu pengelola. Para pengelola tersebut seperti bekerja sebagai mitra usaha terhadap pengelola yang lain. Nisbah (porsi) bagi hasil pengelola dibagi sesuai kesepakatan di muka.

Nisbah bagi hasil antara pemodal dan pengelola harus disepakati di awal perjanjian. Besarnya nisbah bagi hasil masing-masing pihak tidak diatur dalam syariah, tetapi tergantung kesepakatan mereka. Nisbah bagi hasil bisa dibagi rata 50:50 tetapi juga bisa 30:70, 40:60 atau proporsi lain yang disepakati. Pembagian keuntungan yang tidak diperbolehkan adalah dengan menentukan alokasi jumlah tertentu untuk salah satu pihak. Diperbolehkan juga untuk menentukan proporsi yang berbeda untuk situasi yang berbeda. Misalnya, jika pengelola berusaha di bidang produksi, maka nisbahnya 50 persen, sedangkan kalau pengelola berusaha di bidang perdagangan, maka nisbahkan 40 persen.

Di luar porsi bagi hasil yang diterima pengelola, pengelola tidak diperkenankan meminta gaji atau kompensasi lainnya untuk hasil kerjanya. Semua madzhab sepakat dalam hal ini. Namun demikian, Imam Ahmad memperbolehkan pengelola untuk mendapatkan uang harian (seperti untuk

[31] Ibid., 61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akomodasi, makan dan transportasi) apabila dalam perjalanan bisnis ke luar kota.[32]

Sementara itu syarat khusus yang harus dipenuhi dalam *Muḍārabah* terdiri dari syarat modal dan keuntungan. Syarat modal yaitu:

a. Modal harus berupa uang.
b. Modal harus jelas dan diketahui jumlahnya.
c. Modal harus tunai bukan utang.
d. Modal harus diserahkan kepada mitra kerja.[33]

Penghentian *Muḍārabah* dapat dihentikan kapan saja oleh salah satu pihak dengan syarat memberi tahu pihak lain terlebih dahulu. Jika semua aset dalam bentuk cair/tunai pada saat usaha dihentikan dan usaha telah menghasilkan keuntungan maka keuntungan dibagi sesuai kesepakatan terdahulu. Jika aset belum dalam bentuk cair/tunai, kepada mudlarib harus diberi waktu untuk melikuidasi aset agar keuntungan atau kerugian dapat diketahui dan dihitung.[34]

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kartini dan Nuris Firmansyah Nugraha tahun 2015 melakukan penelitian mengenai pengaruh *illusions of control*, *overconfidence* dan *emotion* terhadap pengambilan keputusan investasi pada investor di Yogyakarta. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa *illusions of control*, *overconfidence* dan *emotion* adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi. Hasil

[32] Ibid., 62.
[33] Ibid., 62-63.
[34] Ibid., 64.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian menyebutkan *illusions of control* berpengaruh negatif secara tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. *Overconfidence* berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Dan *emotion* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Kartini dan Nuris Firmansyah adalah faktor yang diujikan yaitu faktor *illusions of control*, *overconfidence* dan *emotion*. Perbedaannya adalah metode yang digunakan untuk menguji faktor yang diteliti, penelitian ini menggunakan analisis faktor sedangkan penelitian Kartini dan Nuris Firmansyah menggunakan regresi berganda.

Penelitian Linda Ariany Mahastanti tahun 2011 ini meneliti apakah keputusan seseorang dalam berinvestasi dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan faktor *biopsychosocial*. Dan penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa keputusan seseorang dalam berinvestasi dipengaruhi oleh dua hal, yaitu faktor lingkungan dan faktor *biopsychosocial.* Faktor *biopsychosocial* yang paling berpengaruh adalah variabel usia dan gender sedangkan faktor lingkungan yang paling berpengaruh hanya tingkat kekayaan yang dimiliki. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Linda Ariany Mahastanti adalah faktor yang diujikan yaitu faktor lingkungan dan *biopsychosocial*. Perbedaannya adalah metode yang digunakan untuk menguji faktor yang diteliti, penelitian ini menggunakan analisis faktor sedangkan penelitian Linda Ariany Mahastanti menggunakan regresi berganda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian Erna Retna Rahadjeng tahun 2011 tentang gender dalam mempengaruhi keputusan investasi. Tujuan penelitian adalah mengetahui perspektif gender dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal, perbedaan pengambilan keputusan antara laki-laaki dengan perempuan dan faktor dominan yang mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan. Hasil penelitian mengatakan bahwa jumlah investor baik ditingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan masih didominasi oleh investor laki-laki. Walaupun angka partisipasinya berbeda, perempuan lebih mampu berhati-hati dalam mengambil keputusan dibandingkan dengan dengan laki-laki. Investor perempuan juga lebih banyak yang dapat mengambil keputusan secara akurat dibandingkan dengan laki-laki. Gejala-gejala tersebut menunjukkan bahwa investor perempuan lebih optimal dalam memanfaatkan informasi yang ada. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Erna Retna Rahadjeng adalah faktor yang diujikan yaitu gender. Perbedaannya adalah metode yang digunakan untuk menguji faktor yang diteliti, penelitian ini menggunakan analisis faktor sedangkan penelitian Linda Ariany Mahastanti menggunakan metode kualitatif.

Penelitian lain tentang keputusan investasi dilakukan oleh Natalia Christanti dan Linda Ariany Mahastanti tahun 2011. Penelitian ini menguji apakah faktor *economic* dan *behavioral motivation* mempengaruhi keputusan investasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang banyak dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi adalah *neutral information, accounting information,* dan aspek demografi juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempengaruhi keputusan investasi investor. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Natalia Christanti dan Linda Ariany Mahastanti adalah faktor yang diujikan yaitu *economic* dan *behavioral motivation*. Perbedaannya adalah metode yang digunakan untuk menguji faktor yang diteliti, penelitian ini menggunakan analisis faktor sedangkan penelitian Linda Ariany Mahastanti menggunakan tabulasi silang *(crosstab)*.

Penelitian Pramita Agustin tahun 2014 tentang perilaku investor muslim dalam bertransaksi saham di pasar modal. Dalam penelitian ini Pramita mengujikan apakah faktor religiusitas mempengaruhi keputusan investasi investor muslim. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku investor muslim dalam bertransaksi saham di pasar modal dapat dilihat dalam dua sudut pandang, yaitu investor yang mempertimbangkan agama dalam perilaku investasinya dan investor yang tidak mempertimbangkan agama dalam keputusan investasinya.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran merupakan sebuah sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan.[35] Kerangka berpikiryang baik akan menjelaskan secara teoritis perlu dijelaskan hubungan variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel.

[35] Abdul Hamid, *Teori Belajar Dana Pembelajaran* (Jakarta:Rineka Cipta, 2007), 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih.[36]

Alur kerangka pemikiran yang menggambarkan pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk berinvestasi. Variabel yang tercakup dalam analisis harus disebutkan secara khusus berdasarkan penelitian sebelumnya *(past research),* teori dan pertimbangan subjektif dari peneliti.[37]

Variabel-variabel dalam penelitian ini ada 7 variabel meliputi praktik agama, kelompok acuan, kepribadian dan konsep diri, motivasi, *personal financial needs*, tingkat pendapatan serta *emotion*. Dimana model analisis yang digunakan adalah model analisis faktor, yang bertujuan untuk melihat berapa banyak faktor-faktor yang mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan investasi, dalam penelitian ini faktor-faktor yang terbentuk nanti merupakan gambaran bahwa faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi investor dalam melakukan investasi.

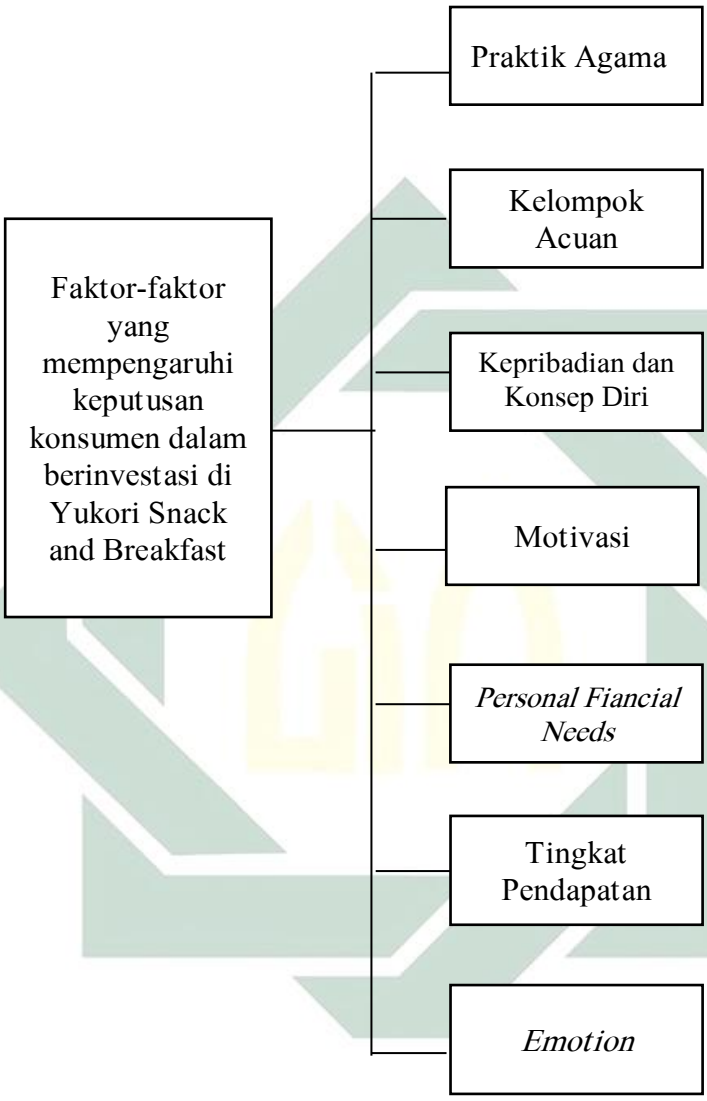
Kerangka pemikiran teoritik faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berinvestasi dituangkan dalam gambar sebagai berikut:

[36] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 88.
[37] J. Supranto, *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 314

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 2.3
Kerangka Konseptual

.



D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris.[38] Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka konseptual

[38] Iqbal Hasan, *Analisis Data dengan Penelitian Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 31.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang sudah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha = Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad mudlarabah di Yukori Snack and Breakfast antara lain praktik agama, kelompok acuan, kepribadian dan konsep diri, motivasi, *personal financial needs*, tingkat pendapatan, serta *emotion* dapat direduksi menjadi faktor yang lebih sederhana.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Arikunto, penelitian kuantitatif sesuai dengan namanya banyak dituntut angka-angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.[1] Penelitian kuantitatif, juga merupakan penelitian yang bertujuan untuk membuktikan kebenaran teori yang ada.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya yang berasal dari berbagai kota di seluruh Indonesia. Karena keterbatasan jarak antara reponden dan peneliti, penelitian dilakukan melalui media sosial seperti *messenger*, *facebook*, *whatsapp*, BBM, dan lain-lain. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 13 - 20 Juli 2017.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[2] Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh investor Yukori Snack

[1] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), 12.
[2] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfaabeta, 2012), 80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

and Breakfast Surabaya. Berdasarkan data yang diperoleh dari pemilik investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya diketahui bahwa jumlah investor yang aktif adalah sebanyak 36 orang investor.[3]

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[4] Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel total atau *sampling jenuh* seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono bahwa sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.[5] Sampel penelitian adalah seluruh investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya sejumlah 36 orang.

D. Variabel Penelitian

Variabel berasal dari kata bahasa inggris *variable* yang berarti faktor tak tetap atau berubah-ubah. Dalam bahasa Indonesia variabel diartikan sebagai lebih tepat disebut bervariasi berarti variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu, standart dan sebagainya.[6]

Secara sederhana, istilah variabel ini dimaknai sebaagai konsep atau objek yang sedang diteliti, yang memiliki variasi ukuran, kualitas yng ditetapkan oleh peneliti berdasarkan pada ciri-ciri yang dimiliki konsep (variabel) itu sendiri.[7] Variabel yang tercakup dalam analisis harus disebutkan

---

[3] Yuslina Istanti, *Wawancara,* Surabaya, 02 Juli 2017
[4] Ibid., 81.
[5] Ibid., 124.
[6] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi (Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran)* (Jakarta: Kencana, 2009) cet. ke 1, 76.
[7] Muhammad Idrus, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial* (Jakarta: Erlangga, 2009),77.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara khusus berdasarkan penelitian sebelumnya *(past research),* teori dan pertimbangan subjektif dari peneliti.[8]

Dalam penelitian ini terdapat 7 variabel bebas (*independent variable*) yaitu praktik agama (X_1), kelompok acuan (X_2), kepribadian dan konsep diri (X_3), motivasi (X_4), *personal financial needs* (X_5), tingkat pendapatan (X_6), serta *emotion* (X_7). Variabel bebas atau *independent variable* (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dari variabel-variabel diatas akan direduksi menjadi faktor yang lebih sederhana.

Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah keputusan investor. Yaitu keputusan investor dalam berinvestasi (Y). Variabel terkait atau *dependent variable* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.[9] Variabel Y dalam penelitian ini adalah keputusan investor dalam berinvestasi di Yukori Snack and Breakfast Surabaya.

E. Definisi Operasional

Agar lebih terarah dan tidak salah pengertian, maka perlu dijelaskan tentang istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis faktor yaitu prosedur analisis yang digunakan untuk *data reduction* atau *summarization*, atau mereduksi dimensi. Analisis faktor juga merupakan teknik untuk menguji hubungan sekumpulan variabel.

---

[8] J. Supranto, *Ananlisi Multivariat: Arti dan Interpretasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 314.
[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta. 2008),6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
   a. Variabel independen (X) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).[10] Adapun yang menjadi variabel bebas dari penelitian ini adalah:
      1) Praktik agama dapat disejajarkan dengan syariah. Dimensi peribadatan (praktik agama) atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepatuhan seorang muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan dianjurkan oleh agamanya.
      2) Kelompok acuan. Kelompok acuan seseorang terdiri atas semua kelompok di sekitar individu yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu tersebut.
      3) Kepribadian dan konsep diri. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis unik yang mengarah relative pada tanggapan konsisten dan abadi pada lingkungan yang dimiliki seseorang.
      4) Motivasi. Motivasi adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak.
      5) *Personal Financial Needs.* Jenis informasi ini didapat berdasarkan pengalaman investor dalam melihat nilai investasi dan perhitungan pada pengeluaran konsumsi sebagai seorang yang sungguh independen, yang meliputi invormasi tentang target hasil dari

[10] Ibid., 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

investasi untuk memenuhi keuangan pribadi, estimasi dana untuk investasi, keinginan diversifikasi, melihat kembali kinerja portofolio saham yang dimiliki di masa lalu, melihat alternative investasi lain selain yang telah dimiliki dengan melakukan perbandingan alternatif investasi selain saham, misalnya obligasi, emas, deposito dan lain-lain

6) Tingkat Pendapatan. Tingkat pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan ataupun tahunan.
7) *Emotion* berkaitan dengan adanya *badmood* atau *goodmood* investor yang dapat mempengaruhi keputusan investor. Emosi merupakan bagian terpenting dalam pengambilan keputusan karena memiliki tingkat ketidakpastian yang tinggi.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas atau keshahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur.[11] Uji validitas dipakai untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kuesioner yang valid berarti

[11] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2014), 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki validitas tinggi, sebaliknya kuesioner yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan (sig 0.05) terhadap skor total dan dinyatakan valid.
b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan (sig 0.05) terhadap skor total dan dinyatakan tidak valid.[12]

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dalam setiap penelitian, adanya kesalahan pengukuran ini cukup besar. Karena itu untuk mengetahui hasil penelitian pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran itu sangat diperhitungkan.[13]

Pengujian reliabilitas instrumen digunakan untuk mendapatkan tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Dalam penelitian ini, perhitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Instrumen dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.

---

[12] Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS: untuk Analisis data dan Uji Statistik* (Yogyakarta: Mediakom, 2009), 17.
[13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, 2015), 122.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika.Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer, yaitu data yang didapatkan langsung dari lapangan yaitu berupa jawaban kuesioner dari responden (investor).
b. Data Sekunder, yaitu data yang didapat dari data kepustakaan yang terkait dengan perilaku dan keputusan konsumen.

2. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini di dapat dari beberapa sumber, yaitu:

a. Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian adalah sumber yang diperoleh dari jawaban investor yang berhubungan terhadap variabel-variabel yang diteliti.

b. Sumber data sekunder

Sumber yang diperoleh dari data kepustakaan yang terkait dan ada hubungannya dengan materi perilaku dan keputusan konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Kuesioner (Angket)

Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada peneliti.

Pengukuran jawaban responden akan diukur dengan skala likert 5 point. Skala likert merupakan suatu skala psikometrik yang umum yang digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang banyak digunakan dalam riset berupa survey.[14]

Tabel 3.1
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	*Nilai*
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Asep Hermawan, Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif.

2. Metode *Interview* (Wawancara)

Interview atau wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tannya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman *(guide)* wawancara.

[14] Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: Grasindo, 2006), 168.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Analisis faktor adalah sebuah model, dimana tidak terdapat variabel bebas dan tergantung. Analisis faktor tidak mengklarifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan tergantung melainkan mencari hubungan interpendensi antarvariabel agar dapat mengidentifikasikaan dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya.

Pada dasarnya, tujuan analisis faktor adalah:

1. Data *Sumarization,* yakni mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi.
2. Data *Reduction*, yakni setelah melakukan korelasi, maka dilanjutkan dengan proses membuat variabel baru yang dinamakan dengan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu.

Kegunaan utama analisis faktor ialah melakukan pengurangan data atau dengan kata lain melakukan peringkasan sejumlah variabel yang akan menjadi kecil jumlahnya. Pengurangan dilakukan dengan melihat interdepedensi beberapa variabel yang dapat dijadikan satu yang disebut faktor. Sehingga ditemukan variabel-variabel atau faktor-faktor yang dominan atau penting untuk dianalisis lebih lanjut.

Menurut Hair, secara umum jumlah sampel dalam analisis faktor minimal 50 pengamatan. Bahkan seharusnya ukuran sampel sebanyak 100 atau lebih besar. Biasanya ukuran sampel dalam analisis ini dianjurkan memiliki paling sedikit 5 kali jumlah variabel jumlah variabel yang akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diamati, karena semakin banyak sampel yang dipilih akan mencapai rasio 10:1, dalam arti untuk saru variabel ada 10 sampel.

Sedangkan menurut J. supranto banyaknya elemen sampel (n) harus memaadai/ cukup. kalau k banyaknya jenis variabel (atribut) maka n = 4 atau 5 kali k. Artinya kalau variabel 5, banyaknya responden minimal 20 atau 25 orang sebagai sampel acak.[15]

Data dalam analisis faktor minimal adalah interval, sehingga apabila data yang diperoleh berupa data ordinal, harus ditransformasikan menjadi data interval, misalnya dengan menggunakan metode *successive interval.*

Untuk menentukan banyaknya jumlah faktor yang terbentuk dalam analisis faktor dapat dilakukan beberapa pendekatan berikut:

1. Penentuan berdasarkan apriori.

   Dalam metode penentuan ini, jumlah faktor telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti.

2. Penentuan berdasarkan *eigenvalue.*

   Untuk menentukan jumlah faktor yang terbentuk dapat didasarkan pada eigenvalue. Jika suatu variabel memiliki eigenvalue ≥ 1, dianggap sebagai suatu faktor, sebaliknya jika suatu variabel hanya memiliki eigenvalue < 1, tidak dimasukkan dalam model.

3. Penentuan berdasarkan scree plot.

   Scree plot pada dasarnya merupakan grafik yang menggambarkan hubungan antara faktor dengan eigenvalue, pada sumbu Y menunjukkan

[15] J. Supranto, *Ananlisi Multivariat: Arti dan Interpretasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 122

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

eigenvalue, sedangkan pada sumbu X menunjukkan jumlah faktor. Untuk dapat menentukan berapa jumlah faktor yang diambil, ditandai dengan slope yang sangat tajam antara faktor yang satu dengan faktor berikutnya.

4. Penentuan berdasarkan varian *(percentage of variance).*

   Persentase varian menunjukkan jumlah variasi yang berhubungan pada suatu faktor yang dinyatakan dalam persentase. Untuk dapat menentukan berapa jumlah faktor yang diambil harus memiiki nilai persentase varian ≥ 0,5. Sedangkan apabila menggunakan kriteria kumulatif persentase varian, besarnya nilai kumulatif persentase varian ≥ 60%.

Untuk mengetahui peranan masing-masing variabel dalam suatu fakktor dapat ditentukan dari besarnya loading yang bersangkutan. Loading dengan nilai terbesar berarti mempunyai peranan utama pada faktor tersebut. Variabel yang memiliki nilai loading ≥ 0,5 dianggap tidak memiliki peranan yang berarti terhadap faktor yang terbentuk sehingga variabel tersebut dapat diabaikan dalam pembentukan faktor.

Persamaan atau rumus analisis faktor adalah sebagai berikut:

$X_1 = A_{i1} F_1 + A_{i2} F_2 + A_{i3}F_3 + A_{i4} F_4 + ... + V_iU_i$

Dimana:

F_i = variabel terstandar ke-I

A_{il} = koefisien regresi dari variabel ke I pada common faktor I

V_i = koefisien regresi terstandar dari variabel I pada faktor unik ke I

F = *common factor*

U_i = variabel unik untuk variabel ke I

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

M = jumlah common faktor

Secara jelas *common* faktor dapat diformulasikan sebagai berikut:

$F_i = W_iX_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + ... + W_{ik} X_k$

Dimana:

F_i = faktor ke I estimasi

W_i = bobot faktor atau skor koefisien faktor X

K = jumlah variabel

Prinsip utama analisis faktor adalah korelasi, maka asumsi-asumsi yang terkait dengan metode statistik korelasi:

a. Besar korelasi atau korelasi antar independet variabel harus cukup kuat.
b. Besar korelasi parsial, korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain.
c. Pengujian sebuah matriks korelasi diukur dengan besaran *Barlett Test of Spericity* atau dengan *Measure Sampling Adequacy* (MSA).

Setelah sampel didapat dan uji asumsi terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses analisis faktor. Tahap pertama dalam analisis faktor adalah dengan menilai mana saja variabel yang dianggap layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya. Pengujian ini dilakukan dengan memasukkan semua variabel yang ada, dan kemudian pada variabel-variabel tersebut dikenakan sejumlah pengujian.

Logika pengujian adalah jika sebuah variabel memang mempunyai kecenderungan mengelompok daan membentuk sebuah faktor, variabel tersebut akan mempunyai korelasi yang cukup tinggi dengan variabel lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebaliknya, variabel dengan korelasi yang lemah dengan variabel dengan variabel yang lain, akan cenderung tidak akan menngelompok dalam faktor tertentu.

Tahapan kedua, menguji variabel-variabel yang telah ditentukan, menggunakan:

1. *Uji measure of sampling adequacy* (MSA)

   Uji measure of sampling adequacy (MSA) dilakukan untuk mengetahui apakah responden valid atau tidak, yang perlu diperhatikan dalam pengujian angka *measure of sampling adequacy* (MSA), yaitu berkisar 0 sampai 1 dengan kriteria:

   a. MSA = 1; variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain
   b. MSA > 0,5; variabel masih bisa diprediksi dan bisa diananlisi lebih lanjut
   c. MSA < 0,5; variabel tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut, atau harus dikeluarkan dari variabel lainnya

2. *Uji Kaiser Meyer Olkin* dan *Barlett's Test of Sphericity*

   Uji barlett's test of sphericity dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel dalam kasus multivariate. Jika variabel X_1, X_2,…,X_p *independent* (bersifat saling bebas), maka matriks korelasi antar variabel sama dengan matriks identitas. Sehingga untuk menguji kebebasan antar variabel ini, *uji Bartlett* menyatakan hipotesis sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H_0 : $\boldsymbol{\rho = I}$

H_1 : $\boldsymbol{\rho \neq I}$

Pengujian variabel-variabel dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer versi SPSS *(Statistical Product and Service Solusion) for windows* untuk memperoleh hasil yang terarah dengan kriteria jika variabel-variabel saling berkorelasi hal ini berarti terdapat hubungan antar variabel. Jika H_0 ditolak maka analisis multivariat layak untuk digunakan terutama metode analisis komponen utama dan analisis faktor.

3. *Kaiser Meyer Olkin* (KMO)

Kaiser meyer olkin (KMO) adalah indek perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5.

1. Nilai KMO sebesar 0,9 adalah baik sekali
2. Nilai KMO sebesar 0,8 adalah baik
3. Nilai KMO sebesar 0,7 adalah baik sekali sedang/ agak baik
4. Nilai KMO sebesar 0,6 adalah cukup
5. Nilai KMO sebesar 0,5 adalah kurang
6. Nilai KMO sebesar < 0,5 adalah ditolak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. *Communalies*

Uji *communalies* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut dalam pengambilan keputusan dan dari sebuah tabel nantinya dapat menunjukkan seberapa besar sebuah variabel dapat menjelaskan faktor. Besaran nilainya antara 0,00 hingga 1,00 dimana semakin besar nilainya semakin erat pula hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Tahapan yang ketiga adalah melakukan proses inti analisis faktor. Proses inti dari analisis faktor adalah melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada, sehingga terbentuk satu atau lebih faktor. Banyak metode untuk melakukan proses ekstraksi, namun metode yang populer digunakan adalah *Principal Component Analysis*. Faktor yang mempunyai nilai eigenvalues < 1, berarti tidak mempunyai anggota variabel pembentuk faktor.

Tahapan keempat adalah melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang terbentuk. Tujuan rotasi untuk memperjelas variabel yang masuk ke dalam faktor tertentu.

Setelah dilakukan apabila dalam ekstraksi yang dilakukan ini masih dirasa belum dapat diyakini, misalnya masih adanya suatu variabel yang belum jelas akan menjadi komponen faktor mana, maka langkah rotasi harus dilakukan. Proses rotasi faktor dilakukan dengan metode promex. Nilai *loading factor* yang digunakan adalah lebih besar dari 0,5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tahapan yang kelima adalah interpretasi ataus faktor yang telah terbentuk, yang dianggap bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut. Interpretasi yaitu dimana dari hasil rotasi faktor tersebut diberi nama pada masing-masing faktor dengan melihat *loading* faktornya, apabila > 5 maka dapat diterima dan jika < 5 berarti ditolak.

Tahapan yang terakhir adalah validasi. Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang telah terbentuk telah valid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Yukori Snack and Breakfast Surabaya yang terletak di Jalan Medayu Utara gang 30 D2/11 Kelurahan Medokan Ayu Kecamatan Rungkut Surabaya. Dalam hal ini yang menjadi objek adalah investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* .

Yukori Snack and Breakfast Surabaya adalah sebuah *home industry* yang bergerak dalam bidang kuliner. Yukori Snack and Breakfast Surabaya berdiri setahun lalu tepatnya September 2016 oleh Yuslina Istanti dan dibantu suaminya.

Ide pembuatan bisnis ini didasari oleh Yuslina Istanti yang ingin *resign* dari tempat kerjanya yang lama. Tempat kerja yang lama mewajibkan Yuslina untuk melepas hijabnya. Di samping itu, Yuslina ingin fokus menjadi ibu rumah tangga yang berpenghasilan. Yuslina memilih kuliner sebagai *core* bisnisnya karena kuliner merupakan salah satu kebutuhan pokok yang tidak ada matinya.

Akan tetapi Yuslina menemui kesulitan dalam mengumpulkan modal. Meminjam ke bank bukan lagi menjadi pilihan. Setahun terakhir ini, riba bank sudah membuatnya jera tak ingin lagi berurusan dengan bank. Setelah banyak belajar dengan grup kajian di media sosial, facebook, Yuslina

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi tercerahkan. Islam memberi solusi atas kegundahannya. Dengan akad *muḍārabah* yaitu akad kerjasama antara dua pihak, kerjasama antara dua pihak, pihak pertama sebagai pengelola dan pihak lain sebagai pemberi modal dengan pembagian keuntungan yang disepakati. Sebagai pengelola Yuslina diuntungkan dengan bisnis yang tanpa modal finansial, dan investor sebagai pemberi modal diuntungkan dengan pendapatan bagi hasil tanpa perlu mengeluarkan tenaga.

Modal pertama kali didapatkan dengan menyebarkan (menawarkan) tujuh lembar saham (seat) senilai masing-masing seratus ribu rupiah dengen kesepakatan enam puluh persen (60%) untuk pengelola dan empat puluh persen (40%) untuk investor. Lembar saham ini ditawarkan kepada anggota dalam grup kajian yang ia ikuti dalam grup facebook. Respon awal cukup bagus, sepuluh lembar saham habis dibeli oleh tujuh orang. Tiga orang masing-masing dua lembar dan empat orang sisanya membeli masing-masing satu. Tiap lembar saham yang dijual oleh Yuslina berhasil mendapatkan lima puluh ribu tiap bulannya dengan pembagian 70% untuk Yuslina dari 50 ribu yaitu sebesar 35 ribu dan 15 ribu sisanya merupakan keuntungan untuk investor.

Bisnis terus berkembang sehingga total saham yang dilepaskan Yuslina ke pasar sebesar 50 lembar saham (seat) senilai masing-masing seratus ribu rupiah. Investor lama berhasil mempromosikan kepada teman-temannya karena merasa keuntungan yang diperoleh terbilang cukup besar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sehingga Yuslina dengan cepat dapat memperoleh kepercayaan dari investornya.

2. Analisis Responden

Pada penelitian ini, responden yang diambil sampel adalah investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya. Responden yang digunakan sebagai obyek penelitian adalah sebanyak 36 investor. Berdasarkan data dari 36 responden yang dipilih melalui daftar pertanyaan didapat karakteristik responden tentang jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan sebagai berikut:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Berikut ini adalah tabel 36 responden yang berdasarkan pada frekuensi jenis kelamin investor di Yukori Snack and Breakfast Surabaya:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (100%)
Perempuan	32	88,9%
Laki-laki	4	11,1%
Jumlah	36	100%

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.1 dengan 36 investor yang dijadikan responden, menunjukkan jumlah investor perempuan lebih dominan daripada investor laki-laki.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Berdasarkan Usia Responden

Berikut ini adalah tabel data 36 responden yang didasarkan pada frekuensi usia investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persen
< 20 tahun	4	11,1%
21-30 tahun	21	58,3%
31- 40 tahun	11	30,6%
41-50 Tahun	0	0 %
>51	0	0 %
Jumlah	36	100%

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.2 dengan usia 36 investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya responden yang paling banyak adalah responden yang berusia 21-30 tahun dengan jumlah 21 orang. Sedangkan jumlah reponden paling sedikit adalh responden yang berusia di atas 41 tahun yang berjumlah 0 orang.

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden

Berikut ini adalah tabel data 36 orang responden yang didasarkan pada pendidikan terakhir terakhir investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya:

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persen (100%)
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	16	44,4%
Diploma	1	2,8%
Sarjana	19	52,8%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persen (100%)
Jumlah	36	100%

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa jenjang pendidikan responden yang dominan adalah yang berpendidikan terakhir Sarjana dengan jumlah responden 19 orang dan paling sedikit adalah responden yang berpendidikan terakhir SD dan SMP dengan jumlah responden 0 orang.

d. Berdasarkan Pekerjaan Responden

Berikut ini adalah tabel data 36 orang responden yang didasarkan pada status pekerjaan yang dimiliki oleh investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya:

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

Status Pekerjaan	Jumlah	Persen (100%)
Pelajar / Masiswa	8	22%
Pedagang	6	16,7%
Pegawai Negeri	1	2,8%
Pegawai Swasta	9	25%
Ibu Rumah Tangga	11	30,6%
Pendidik	1	2,8%
Jumlah	36	100%

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa status pekerjaan investor yang dominan adalah ibu rumah tangga dengan jumlah responden 11 orang dan paling sedikit adalah responden yang bekerja sebagai pegawai negeri dan pendidik dengan jumlah responden masing-masing 1 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Berdasarkan Pendapatan Responden

Berikut ini adalah tabel data 36 orang responden yang didasarkan pada pendapatan yang dimiliki oleh investor Yukori Snack and Breakfast Surabaya:

Tabel 4.5
Pendapatan Responden

Pendapatan	Jumlah	Persen
<1 juta	11	30,6%
1,1 - 2 juta	9	25%
2,1 - 3 juta	10	27,7%
> 3,1 juta	6	16,7%
Jumlah	36	100%

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa pendapatan investor yang dominan adalah dibawah 1 juta rupiah dengan jumlah responden 11 orang dan paling sedikit adalah responden yang berpendapatan diatas 3,1 juta rupiah sejumlah 6 responden.

B. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu prosedur pengolahan data dengan menggambarkan dan meringkas data secara ilmiah dalam bentuk tabel maupun grafik.[1] Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan respon atau jawaban responden (subjek) dalam bentuk frekuensi dan prosentase untuk masing-masing item atau butir pertanyaan dalam koesioner:

[1] Nursalam, *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pedoman Skripsi, Tesis, dan Instrumen Penelitian Keperawatan.* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 120.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Respon Responden terhadap Variabel Praktik Agama

Variabel praktik agama memiliki 2 item pertanyaan dalam kuesioner. Adapun respon responden terhadap 2 item pertanyaan variabel praktik agama dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.6
Respon Responden terhadap Variabel Praktik Agama

Item Pertanyaan		X.1.1	X.1.2	Total
No Pertanyaan		P1	P2	
SS (5)	Frek.	14	8	22
	%	38,9	22,2	30,6
S (4)	Frek.	19	25	44
	%	52,8	69,4	61,1
R (3)	Frek.	3	3	6
	%	8,3	8,3	8,3
TS (2)	Frek.	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0
STS (1)	Frek.	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0
Total	Frek.	36	36	72
	%	100,0	100,0	100,0

Keterangan:
**SS = Sangat Setuju, S = Setuju, R = Ragu-ragu,*
TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju
***Frek. = Frekuensi, % = Prosentase*

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa variabel praktik agama yang diwakili dengan 2 item pernyataan. Pernyataan pertama berbunyi "anda mengikuti kajian keagamaan sehingga anda cenderung memilih jenis investasi *muḍārabah*", sebanyak 14 responden (38,9%) dari 36 responden memilih sangat setuju. Lima belas responden atau 52,8% memilih setuju dan sisanya sebesar 3 responden atau 8,3% memilih

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ragu-ragu. Tidak ada satu respondenpun yang memilih tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua berisi "kepatuhan anda sebagai seorang muslim dalam menjalankan ibadah membuat anda memilih jenis investasi *muḍārabah*", sebanyak 8 responden atau 22% memilih sangat setuju. Dua puluh lima responden atau 61,1% memilih setuju dan 6 responden sisanya memilih ragu-ragu. Tidak ada satu respondenpun yang memilih tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Dari kedua pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa variabel praktik agama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah.* Karena sebanyak 91,7% responden merespon setuju atas kedua indikator. Baik karena telah mengikuti kajian keagamaan maupun karena mutlak kepatuhan responden terhadap agamanya.

b. Respon Responden terhadap Variabel Kelompok Acuan

Variabel kelompok acuan memiliki 3 item pertanyaan dalam kuesioner. Adapun respon responden terhadap 3 item pertanyaan variabel kelompok acuan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.7
Respon Responden terhadap Indikator Kelompok Acuan

Item Pertanyaan		X.2.1	X.2.2	X.2.3	Total
No Pertanyaan		P3	P4	P5	
SS (5)	Frek.	9	3	6	18
	%	25,0	8,3	16,7	16,7
S (4)	Frek.	14	21	12	47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Item Pertanyaan		X.2.1	X.2.2	X.2.3	Total
No Pertanyaan		P3	P4	P5	
	%	38,9	58,3	33,3	43,5
R (3)	Frek.	10	12	17	39
	%	27,8	33,3	47,2	36,1
TS (2)	Frek.	3	0	1	4
	%	8,3	0,0	2,8	3,7
STS (1)	Frek.	0	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	Frek.	36	36	36	108
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Keterangan:
**SS = Sangat Setuju, S = Setuju, R = Ragu-ragu,*
TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju
***Frek. = Frekuensi, % = Prosentase*

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa variabel kelompok acuan yang diwakili dengan 3 item pernyataan. Pernyataan pertama berbunyi "teman di media sosial adalah referensi anda dalam memilih jenis investasi *muḍārabah*", sebanyak 9 responden (25%) dari 36 responden memilih sangat setuju. Empat belas responden atau 38,9% memilih setuju dan sisanya sebesar 10 responden atau 27,8% memilih ragu-ragu. Tiga responden tidak setuju dan tidak ada satu respondenpun yang memilih sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua berisi "keluarga adalah referensi anda dalam memilih jenis investasi", sebanyak 3 responden atau 8,3% memilih sangat setuju. Dua puluh satu responden atau 58,3% memilih setuju dan 12 responden sisanya memilih ragu-ragu. Tidak ada satu respondenpun yang memilih tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penyataan terakhir berupa "teman di komunitas adalah referensi nda dalam memilih jenis investasi", sebanyak 6 responden (16,7%) dari 36 responden memilih sangat setuju. Dua belas responden atau 33,3% memilih setuju dan 17 responden atau 47,3% memilih ragu-ragu. Satu orang sisanya memilih tidak setuju dan tidak ada satu respondenpun yang memilih sangat tidak setuju.

Dari ketiga pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa variabel kelompok acuan dengan indikator keluarga merupakan kelompok mayoritas yang mempengaruhi pengambilan keputusan berinvestasi. Karena sebanyak 24 responden merespon sangat setuju dan setuju atas keluarga sebagai referensi mereka berinvestasi dibanding kelompok lain seperti teman di media sosial ataupun teman komunitas.

c. Respon Responden terhadap Variabel Kepribadian dan Konsep Diri

Variabel kepribadian dan konsep diri memiliki 2 item pertanyaan dalam kuesioner. Adapun respon responden terhadap 2 item pertanyaan variabel kepribadian dan konsep diri dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.8
Respon Responden terhadap Indikator Kepibadian dan Konsep Diri

Item Pertanyaan		X.3.1	X.3.2	Total
No Pertanyaan		P6	P7	
SS (5)	Frek.	10	7	17
	%	27,8	19,4	23,6
S (4)	Frek.	18	22	40
	%	50,0	61,1	55,6
R (3)	Frek.	7	7	14
	%	19,4	19,4	19,4
TS (2)	Frek.	1	0	1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Item Pertanyaan		X.3.1	X.3.2	Total
No Pertanyaan		P6	P7	
	%	2,8	0,0	1,4
STS (1)	Frek.	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0
Total	Frek.	36	36	72
	%	100,0	100,0	100,0

Keterangan:
**SS = Sangat Setuju, S = Setuju, R = Ragu-ragu,*
TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju
***Frek. = Frekuensi, % = Prosentase*

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat terdapat dua item pernyataan mewakili variabel kepribadian dan konsep diri. Pernyataan pertama berbunyi "kepercayaan dalam diri membuat anda memilih berinvestasi *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast meskipun belum pernah bertemu langsung dengan pemilik Yukori Snack and Breakfast", sebanyak 10 responden (27,8%) dari 36 responden memilih sangat setuju. Delapan belas responden atau 50% memilih setuju dan sebesar 7 responden atau 19,4% memilih ragu-ragu. Satu orang sisanya memilih tidak setuju dan tidak ada responden yang merespon sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua berisi "anda memilih menunda kesenangan di hari ini untuk kebahagiaan di masa nanti dengan berinvestasi", sebanyak 7 responden atau 19,4% memilih sangat setuju. Dua puluh dua responden atau 61,1% memilih setuju dan 7 responden sisanya memilih ragu-ragu. Tidak ada satu respondenpun yang memilih tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari kedua pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa variabel praktik agama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah.* Karena sebanyak 79,2% responden merespon sangat setuju dan setuju atas kedua indikator kepribadian dan konsep diri. Baik karena kepercayaan diri meskipun belum pernah bertemu *owner* Yukori Snack and Breakfast secara langsung maupun karena mutlak ingin menunda kesenangan hari ini untuk kebahagiaan di masa yang akan datang.

d. Respon Responden terhadap Variabel Motivasi

Variabel motivasi memiliki 3 item pertanyaan dalam kuesioner. Adapun respon responden terhadap 3 item pertanyaan variabel motivasi dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.9
Respon Responden terhadap Indikator Motivasi

Item Pertanyaan		X.4.1	X.4.2	X.4.3	Total
No Pertanyaan		P8	P9	P10	
SS (5)	Frek.	10	10	10	30
	%	27,8	27,8	27,8	27,8
S (4)	Frek.	20	18	20	58
	%	55,6	50,0	55,6	53,7
R (3)	Frek.	5	8	6	19
	%	13,9	22,2	16,7	17,6
TS (2)	Frek.	1	0	0	1
	%	2,8	0,0	0,0	0,9
STS (1)	Frek.	0	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	Frek.	36	36	36	108
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Keterangan:
**SS = Sangat Setuju, S = Setuju, R = Ragu-ragu,*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Item Pertanyaan	X.4.1	X.4.2	X.4.3	Total
No Pertanyaan	P8	P9	P10	
TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju ***Frek. = Frekuensi, % = Prosentase*				

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.9 terdapat 3 item pernyataan yang menjadi indikator variabel motivasi. Pernyataan pertama berbunyi "dorongan dalam diri untuk berinvestasi di Yukori Snack and Breakfast agar anda dapat menambah penghasilan", sebanyak 10 responden (27,8%) dari 36 responden memilih sangat setuju. Dua puluh responden atau 55,6% memilih setuju dan sisanya sebesar 5 responden memilih ragu-ragu. Satu responden tidak setuju dan tidak ada satu respondenpun yang memilih sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua berisi "dorongan berinvestasi anda adalah untuk memiliki Yukori Snack and Breakfast melalui kepemilikan sebagian modal anda", sebanyak 10 responden atau 27,8% memilih sangat setuju. Delapan belas responden atau 50% memilih setuju dan 8 (22,2%) responden sisanya memilih ragu-ragu. Tidak ada satu respondenpun yang memilih tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Penyataan terakhir berupa "dorongan berinvestasi anda adalah untuk mengontrol dan mengendalikan Yukori Snack and Breakfast melalui kepemilikan sebagian modal anda", sebanyak 10 responden (27,8%) dari 36 responden memilih sangat setuju. Dua puluh responden atau 55,6% memilih setuju dan 6 responden atau 16,7% memilih ragu-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ragu. Tidak ada satu respondenpun yang memilih tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Dari ketiga pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi dengan indikator menambah penghasilan dan mengontrol serta mengendalikan Yukori Snack and Breakfast merupakan kelompok yang memiliki jumlah yang sama dalam mempengaruhi pengambilan keputusan berinvestasi. Karena sebanyak 30 responden merespon sangat setuju dan setuju bahwa motivasi mereka berinvestasi di Yukori Snack and Breakfast adalah untuk menambah penghasilan dan agar dapat mengontrol serta mengendalikan Yukori Snack and Breakfast.

e. Respon Responden terhadap Variabel *Personal Financial Needs*

Variabel *personal financial needs* memiliki 2 item pertanyaan dalam kuesioner. Adapun respon responden terhadap 2 item pertanyaan variabel *personal financial needs* dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.10
Respon Responden terhadap Indikator *Personal Financial Needs*

Item Pertanyaan		X.5.1	X.5.2	Total
No Pertanyaan		P11	P12	
SS (5)	Frek.	12	11	23
	%	33,3	30,6	31,9
S (4)	Frek.	20	21	41
	%	55,6	58,3	56,9
R (3)	Frek.	4	4	8
	%	11,1	11,1	11,1
TS (2)	Frek.	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0
STS (1)	Frek.	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Item Pertanyaan		X.5.1	X.5.2	Total
No Pertanyaan		P11	P12	
Total	Frek.	36	36	72
	%	100,0	100,0	100,0

Keterangan:
**SS = Sangat Setuju, S = Setuju, R = Ragu-ragu,*
TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju
***Frek. = Frekuensi, % = Prosentase*

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat terdapat dua item pernyataan mewakili variabel *personal financial needs*. Pernyataan pertama berbunyi "keputusan anda memilih berinvestasi di Yukori Snack and Breakfast adalah hasil membandingkan jenis investasi lain seperti deposito, obligasi, emas dan lain-lain", sebanyak 12 responden (33,3%) dari 36 responden memilih sangat setuju. Dua puluh responden atau 55,6% memilih setuju dan sebesar 4 responden atau 11,1% memilih ragu-ragu. Tidak ada responden yang merespon tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua berisi "informasi tentang hasil dari investasi Yukori Snack and Breakfast di masa lalu menjadi alasan untuk berinvestasi di Yukori Snack and Breakfast Surabaya", sebanyak 11 responden atau 30,6% memilih sangat setuju. Dua puluh satu responden atau 58,3% memilih setuju dan 4 responden sisanya memilih ragu-ragu. Tidak ada satu respondenpun yang memilih tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Dari kedua pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa variabel *personal financial needs* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah.* Karena sebanyak 88,8% responden merespon sangat setuju dan setuju atas kedua indikator *personal financial needs*. Baik karena membandingkan dengan model investasi lain maupun karena melihat kinerja keuangan Yukori Snack and Breakfast di masa lalu.

f. Respon Responden terhadap Variabel Tingkat Pendapatan

Variabel tingkat pendapatan memiliki 2 item pertanyaan dalam kuesioner. Adapun respon responden terhadap 2 item pertanyaan variabel tingkat pendapatan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.11
Respon Responden terhadap Indikator Tingkat Pendapatan

Item Pertanyaan		X.6.1	X.6.2	Total
No Pertanyaan		P13	P14	
SS (5)	Frek.	11	7	18
	%	30,6	19,4	25,0
S (4)	Frek.	17	22	39
	%	47,2	61,1	54,2
R (3)	Frek.	6	6	12
	%	16,7	16,7	16,7
TS (2)	Frek.	2	1	3
	%	5,6	2,8	4,2
STS (1)	Frek.	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0
Total	Frek.	36	36	72
	%	100,0	100,0	100,0

Keterangan:
**SS = Sangat Setuju, S = Setuju, R = Ragu-ragu, TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju*
***Frek. = Frekuensi, % = Prosentase*

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.11 dapat terdapat dua item pernyataan mewakili variabel tingkat pendapatan. Pernyataan pertama berbunyi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"anda memilih menginvestasikan pendapatan anda karena pendapatan Anda sama atau lebih dari UMR di daerah anda", sebanyak 11 responden (30,6%) dari 36 responden memilih sangat setuju. Tujuh belas responden atau 47,2% memilih setuju dan sebesar 6 responden atau 16,7% memilih ragu-ragu. Dua responden merespon tidak setuju namun tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua berisi "anda berinvestasi menggunakan sebagian pendapatan yang sengaja anda sisihkan untuk berinvestasi", sebanyak 7 responden atau 19,4% memilih sangat setuju. Dua puluh dua responden atau 61,1% memilih setuju dan 6 responden memilih ragu-ragu. Satu responden merespon tidak setuju namun tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju.

Dari kedua pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pendapatan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah.* Karena sebanyak 79,2% responden merespon sangat setuju dan setuju atas kedua indikator tingkat pendapatan.

g. Respon Respondeen terhadap Variabel *Emotion*

Variabel *emotion* memiliki 2 item pertanyaan dalam kuesioner. Adapun respon responden terhadap 2 item pertanyaan variabel *emotion* dapat dilihat dalam tabel berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.12
Respon Responden terhadap Indikator *Emotion*

Item Pertanyaan		X.7.1	X.7.2	Total
No Pertanyaan		P15	P16	
SS (5)	Frek.	10	8	18
	%	27,8	22,2	25,0
S (4)	Frek.	21	23	44
	%	58,3	63,9	61,1
R (3)	Frek.	4	5	9
	%	11,1	13,9	12,5
TS (2)	Frek.	1	0	1
	%	2,8	0,0	1,4
STS (1)	Frek.	0	0	0
	%	0,0	0,0	0,0
Total	Frek.	36	36	72
	%	100,0	100,0	100,0

Keterangan:
**SS = Sangat Setuju, S = Setuju, R = Ragu-ragu,*
TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju
***Frek. = Frekuensi, % = Prosentase*

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.12 dapat terdapat dua item pernyataan mewakili variabel *emotion*. Pernyataan pertama berbunyi "Karena dalam keadaan *mood* yang baik, anda memutuskan untuk berinvestasi di Yukori Snack and Breakfast Surabaya", sebanyak 10 responden (27,8%) dari 36 responden memilih sangat setuju. Dua puluh satu responden atau 58,3% memilih setuju dan sebesar 4 responden merespon ragu-ragu. Satu responden merespon tidak setuju namun tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju.

Pada pernyataan kedua berisi "anda senang dengan investasi maka anda berisvestasi di Yukori Snack and Breakfast Surabaya", sebanyak 8 responden atau 22,2% memilih sangat setuju. Dua puluh tiga responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau 63,9% memilih setuju dan 5 responden memilih ragu-ragu. Tidak ada responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari kedua pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa variabel *emotion* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah.* Karena sebanyak 86,1% responden merespon sangat setuju dan setuju atas kedua indikator *emotion.*

2. **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

a. **Uji Validitas**

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur.[2] Dalam penelitian ini, uji validitas yang digunakan adalah bivariate pearson, yaitu uji pada masing-masing skor item dengan skor total. Kriteria pengujian ini adalah:

1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan (sig 0.05) terhadap skor total dan dinyatakan valid.

2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan (sig 0.05) terhadap skor total dan dinyatakan tidak valid.

[2] Syofian Siregar, *Metode Penelian Kuantatif,* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk menguji validitas instrumen, peneliti menggunakan alat analisis *SPSS v.24*. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2. Pada penelitian ini, besarnya sampel penelitian (n) adalah 36 orang sehingga diperoleh df = 36 – 2 = 34. Dengan sig. 0,05 maka diperoleh nilai r (tabel) = 0,3291 (Lampiran). Berikut hasil perhitungan uji validitas tiap variabel:

Tabel 4.13
Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,876	0,329	Valid
2	0,832	0,329	Valid
3	0,860	0,329	Valid
4	0,671	0,329	Valid
5	0,778	0,329	Valid
6	0,886	0,329	Valid
7	0,824	0,329	Valid
8	0,804	0,329	Valid
9	0,805	0,329	Valid
10	0,748	0,329	Valid
11	0,858	0,329	Valid
12	0,852	0,329	Valid
13	0,878	0,329	Valid
14	0,815	0,329	Valid
15	0,875	0,329	Valid
16	0,823	0,329	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

Hasil pengujian validitas diketahui bahwa dari 16 butir pertanyaan untuk mengungkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investor berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast 16 dari 16 item pertanyaan dinyatakan valid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hal itu maka untuk melakukan analisis faktor guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investor berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast digunakan 7 variabel.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen digunakan untuk mendapatkan tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Dalam penelitian ini, perhitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha. Instrumen dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha > 0,60. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Nilai *Cronbach Alpha.*	Keterangan
1	Praktik Agama (X_1)	2	0,627	Reliabel
2	Kelompok Acuan (X_2)	3	0,661	Reliabel
3	Kepribadian dan Konsep Diri (X_3)	2	0,628	Reliabel
4	Motivasi (X_4)	3	0,691	Reliabel
5	*Personal Financial Needs* (X_5)	2	0,633	Reliabel
6	Tingkat Pendapatan (X_6)	2	0,602	Reliabel
7	*Emotion* (X_7)	2	0,611	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

Dari hasil uji reliabilitas tersebut, maka setiap item pertanyaan dapat dikatakan reliable karena karena nilai *cronbach's alpha* menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,6. Karena masing-masing

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel memiliki *cronbach's alpha* > 0,60 maka dapat diambil kesimpulan bahwa 16 item pernyataan untuk mengukur faktor yang mempengaruhi keputusan berinvestasi adalah reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Analisis Faktor

a. Uji Kecukupan Sampling

Sebelum dianalisis lebih lanjut, diperlukan pengujian dengan menggunakan metode *kaiser meiyer olkin.* Sedangkan pengujian untuk masing-masing variabel secara sendiri-sendiri dengan menggunakan *anti image correlation*. Nilai yang berada di atas 0,5 menunjukkan adanya kecukupan data sampling. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa terdapat cukup besarnya korelasi dari variabel-variabel tersebut sehingga memungkinkan dapat terbentuknya faktor-faktor yang lebih sederhana. Hasil pengujian awal menunjukkan bahwa:

1) Uji Metode *Kaiser Meiyer Olkin* (KMO) dan *Barlett's Test*

Kaiser Meiyer Olkin (KMO) adalah indek perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5.

Hipotesis untuk *barlett's test*:

H_0: Variabel belum memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H_1 : Variabel sudah memenuhi untuk dianalisis lebih lanjut.

Kriteria untuk melihat probabilitas (signifikasi):

(a) Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka H_0 tidak ditolak.

(b) Jika probabilitas (sig) < 0,05 maka H_0 ditolak.

Tabel 4.15
KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.568
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	108.403
	Df	21
	Sig.	.000

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

Sebagaimana tabel 4.8, angka KMO adalah 0,568 dengan signifikasi 0,000. Angka KMO lebih besar dari 0,5 yaitu 0,568 maka dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa data memenuhi syarat kecukupan sampling.

Sedangkan nilai *barlett's test* didekati dengan nilai *chi* square. Nilai *chi square* adalah 108,403 dengan besar signifikan 0,000. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 maka H_0 tidak diterima. Sehingga variabel-variabel yang dilibatkan saling berkorelasi. Maka dapat disimpulkan data bisa dianalisis lebih jauh menggunakan analisis faktor.

2) Uji MSA *(Measure of Sampling Adequacy)*

Uji MSA digunakan untuk mengukur kecukupan sampling untuk tiap variabel individual. Ketentuan apabila MSA = 1,0 variabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain, apabila MSA > 0,5 variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut naming apabila MSA < 0,5 variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau harus dikeluarkan.

Nilai MSA dapat dilihat dalam tabel *anti image matrice* pada bagian *anti image correlation* yaitu angka korelasi yang bertanda [a] (lihat lampiran). Adapun hasil uji MSA dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji MSA

No	Variabel	Nilai MSA	Keterangan
1	Praktik Agama (X_1)	0,710[a]	Valid
2	Kelompok Acuan (X_2)	0,708[a]	Valid
3	Kepribadian dan Konsep Diri (X_3)	0,533[a]	Valid
4	Motivasi (X_4)	0,612[a]	Valid
5	*Personal Financial Needs* (X_5)	0,529[a]	Valid
6	Tingkat Pendapatan (X_6)	0,766[a]	Valid
7	*Emotion* (X_7)	0,503	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

Berdasarkan hasil pengujian MSA *(measure of sampling adequacy)* diketahui bahwa dari 7 variabel yang diusulkan dalam penelitian mempunyai nilai MSA lebih dari 0,5 sehingga variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut lagi.

b. Proses Faktoring

1) Uji *Communalities*

Uji *communalities* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut dalam pengambilan keputusan dan dari sebuah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tabel nantinya dapat menunjukkan seberapa besar sebuah variabel dapat menjelaskan faktor. Besaran nilainya antara 0,00 hingga 1,00 dimana semakin besar nilainya semakin erat pula hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Tabel 4.17
Communalities

Communalities		
	Initial	Extraction
Praktik Agama	1.000	.740
Kelompok Acuan	1.000	.623
Kepribadian dan Konsep Diri	1.000	.954
Motivasi	1.000	.610
Personal Financial Needs	1.000	.688
Tingkat Pendapatan	1.000	.312
Emotion	1.000	.946
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

Communalities pada dasarnya adalah menunjukkan jumlah (bisa dalam persentase) dari suatu variabel yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada, ketentuan dalam estimasi *communality* yaitu semakin besar *communalities* sebuah variabel berarti semakin erat hubungan dengan faktor yang terbentuk sebagai berikut:

a. Untuk variabel praktik agama bernilai sebesar 0,740 hal ini berarti item variabel praktik agama memberikan sumbangan persentase sebesar 74,0% dari seluruh faktor yang terbentuk.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Untuk variabel kelompok acuan bernilai sebesar 0,623 hal ini berarti item variabel kelompok acuan memberikan sumbangan persentase sebesar 62,3% dari seluruh faktor yang terbentuk.
c. Untuk variabel kepribadian dan konsep diri bernilai sebesar 0,954 hal ini berarti item variabel kepribadian dan konsep diri memberkan persentase sebesar 95,4% dari seluruh faktor yang terbentuk.
d. Untuk variabel motivasi bernilai sebesar 0,610 hal ini berarti item variabel praktik agama memberikan sumbangan persentase sebesar 61,0% dari seluruh faktor yang terbentuk.
e. Untuk variabel *personal financial needs* bernilai sebesar 0,688 hal ini berarti item variabel praktik agama memberikan sumbangan persentase sebesar 68,8% dari seluruh faktor yang terbentuk.
f. Untuk variabel tingkat pendapatan bernilai sebesar 0,312 hal ini berarti item variabel tingkat pendapatan memberikan sumbangan persentase sebesar 31,2% dari seluruh faktor yang terbentuk.
g. Untuk variabel *emotion* bernilai sebesar 0,946 hal ini berarti item variabel tingkat pendapatan memberikan sumbangan persentase sebesar 94,6% dari seluruh faktor yang terbentuk.

Menurut Singgih Santoso dalam Herdi Jaya Kusumah, tabel *communalies* pada dasarnya adalah jumlah varian (bisa dalam bentuk persentase), suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Berdasarkan pada nilai-nilai yang ada pada tabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

communalies, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel-variabel yang ada dapat dijelaskan didalam faktor yang terbentuk, semakin besar nilai *communalies* maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

2) Menentukan banyak faktor

Melakukan *factoring* dan rotasi setelah semua variabel memenuhi syarat untuk dianalisis maka tahap selanjutnya adalah melakukan proses inti dari analisis faktor yaitu melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada ssehingga terbentuk satu atau beberapa faktor.

Banyak metode untuk melakukan proses ekstraksi, namun metode yang popular digunakan adalah *Principal Component Analysis* (PCA). Faktor yang mempunyai nilai *eigenvalues* > 1, berarti tidak mempunyai anggota variabel pembentuk faktor.[3] Maka apabila nilai *eigenvalue* yang lebih besar dari 1 akan merupakan suatu faktor yang signifikan.

Menurut Singgih Santoso dalam Herdi Jaya Kusumah, tabel *total variance explained* menggambarkan jumlah faktor yang terbentuk, maka dapat dilihat nilai *eigenvalue*-nya untuk menentukan faktor yang terbentuk maka harus dilihat nilai *eigenvalue*-nya harus berada di atas 1, jika sudah berada di bawah 1 maka sudah tidak tepat. *Eigenvalue* menunjukkan kepentingan relatif masing-masing

[3] Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS,* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), 257.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

faktor dalam menghitung varians dari total variabel yang ada. Jumlah angka *eigenvalue* susunannya selalu diurutkan pada nilai yang terbesar sampai yang terkecil.

Tabel 4.18
Nilai Eigenvalue, Varians dan Kumulatif Varians

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.701	38.584	38.584	2.701	38.584	38.584
2	1.131	16.164	54.748	1.131	16.164	54.748
3	1.040	14.859	69.606	1.040	14.859	69.606
4	.929	13.268	82.874			
5	.628	8.973	91.848			
6	.537	7.676	99.524			
7	.033	.476	100.000			
Extraction Method: Principal Component Analysis.						

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

Berdasarkan pada syarat yang ditentukan yaitu eigenvalue yang lebih besar dari 1 yang dapat diterima sebagai suatu faktor, maka pada tahap ini diperoleh sebanyak tiga faktor baru dari hasil ekstraksi dari tujuh variabel.

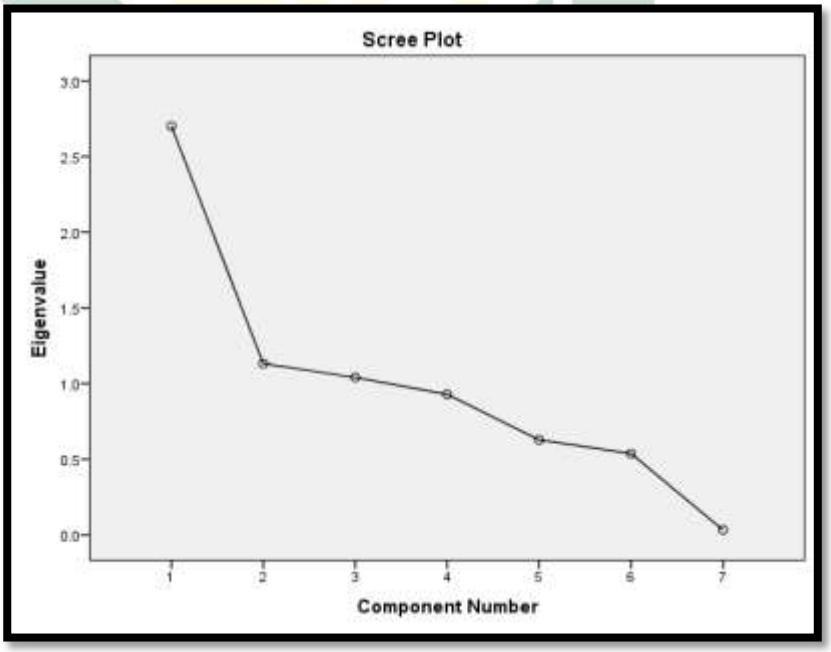
Berdasarkan tabel 4.13 diatas terlihat bahwa ada tiga faktor yang memenuhi kriteria eigenvalue atau variance lebih besar dari satu. Dari tabel di atas terlihat bahwa hanya 3 faktor yang terbentuk karena dengan satu faktor angka *eigenvalue* masih di atas satu, dengan dua faktor angka *eigenvalue* masih di atas satu, dengan tiga faktor angka *eigenvalue* masih di atas satu, tetapi dengan empat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

faktor angka *eigenvalue* berada di bawah satu. Oleh karena itu, hanya ada tiga faktor yang akan terbentuk.

Dimana faktor pertama memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 2,701 dan memiliki proporsi keragaman sebesar 38,584% dari keragaman total. Faktor kedua memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,131 dan memiliki proporsi keragaman sebesar 16,164% dari keragaman faktor. Faktor ketiga memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,040 dan memiliki proporsi keragaman sebesar 14,859% dari keragaman faktor. Jadi untuk mereduksi semua indikator variabel digunakan tiga komponen. Sedangkan sisanya tidak dapat terekstraksi.

Tabel 4.19
Scree Plot



Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada grafik *Scree Plot* terlihat bahwa dari1 ke 2 faktor garis sumbu tersebut menurun sangat tajam, kemudian angka 2 ke 3 garis sumbu menurun signifikan demikian dari angka 3 ke 4 dengan slope yang lebih kecil dan cukup terjal dibawah angka 1 dari sumbu Y *(eigenvalue)*.

Berdasarkan grafik *scree* plot di atas dapat terlihat bahwa faktor satu hingga tiga memiliki nilai di atas satu (sumbu Y). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang bagus untuk meringkas tujuh variabel tersebut.

3) Pengelompokan Variabel ke dalam Faktor

Pengelompokan variabel ke dalam faktor adalah didasarkan pada nilai *loading factor* yang menunjukkan besarnya korelasi antara masing-masing variabel dengan faktor yang terbentuk. Dengan demikian nilai *loading factor* yang terbesar menunjukkan bahwa suatu variabel merupakan satu keanggotaan faktor yang paling kuat.

Tabel 4.20
Loading Faktor

Component Matrix[a]			
	Component		
	1	2	3
Praktik Agama	.466	.692	-.208
Kelompok Acuan	.552	.522	.214
Kepribadian dan Konsep Diri	.902	-.255	-.273
Motivasi	.634	.175	.421
Personal Financial Needs	.334	-.275	.708
Tingkat Pendapatan	.427	-.327	.151
Emotion	.818	-.319	-.418

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Extraction Method: Principal Component Analysis.[a]
a. 3 components extracted.

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

Setelah diketahui tiga faktor adalah jumlah yang paling optimal. Maka tabel *component matriks* menunjukkan distribusi ke 7 variabel tersebut pada tiga faktor terbentuk. Sedangkan angka-angka yang ada pada tabel tersebut adalah faktor loading, yang menunjukkan besarnya korelasi suatu varibel dengan faktor 1, faktor 2, faktor 3. Proses variabel mana yang akan masuk ke faktor mana, dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi pada setiap baris.

a. Praktik Agama (X_1)

a) Korelasi antara X_1 dengan faktor 1 adalah 0,466 (cukup , namun lemah karena masih di bawah 0,5)

b) Korelasi antara X_1 dengan faktor 2 adalah 0,692 (baik, karena di atas 0,5)

c) Korelasi antara X_1 dengan faktor 3 adalah -0,208 (sangat lemah, karena masih jauh di bawah 0,5)

Demikian seterusnya untuk variabel-variabel selanjutnya untuk melihat distribusi tujuh variabel yang terbentang di dalam tiga faktor. Menurut Singgih Santoso dalam Herdi Jaya Kusumah, *component matriks* menunjukkan distribusi variabel yang ada dengan faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka pada tabel *component matriks*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah faktor loading yang menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor-faktor yang ada.

Tabel 4.21
Penentuan Faktor

Rotated Component Matrix[a]			
	Component		
	1	2	3
Praktik Agama	.145	.816	-.230
Kelompok Acuan	.088	.752	.225
Kepribadian dan Konsep Diri	.930	.250	.163
Motivasi	.208	.520	.545
Personal Financial Needs	.046	.002	.828
Tingkat Pendapatan	.400	-.034	.388
Emotion	.962	.140	.024
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.[a]			

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

Component matriks hasil proses rotasi *(rotated component matriks)* memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Terlihat bahwa sekarang faktor loading yang dulunya kecil semakin diperkecil dan faktor loading yang besar semakin diperbesar. Di bawah ini akan dijelaskan akan masuk ke faktor mana sebuah variabel yang ada, yaitu:

a. Praktik agama (X_1), faktor loading yang paling besar berada pada faktor 2 dengan nilai 0,816, hal itu berarti praktik agama ada pada faktor ke 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Kelompok acuan (X_2), faktor loading yang paling besar berada pada faktor 2 dengan nilai 0,752, hal itu berarti kelompok acuan ada pada faktor ke 2.

c. Kepribadian dan konsep diri (X_3), faktor loading yang paling besar berada pada faktor 1 dengan nilai 0,930, hal itu berarti kepribadian dan konsep diri ada pada faktor ke 1.

d. Motivasi (X_4), faktor loading yang paling besar berada pada faktor 3 dengan nilai 0,545, hal itu berarti motivasi ada pada faktor ke 3.

e. *Personal financial needs* (X_5), faktor loading yang paling besar berada pada faktor 3 dengan nilai 0,828, hal itu berarti *personal financial needs* ada pada faktor ke 3.

f. Tingkat pendapatan (X_6), faktor loading yang paling besar berada pada faktor 1 dengan nilai 0,400, hal itu berarti tingkat pendapatan ada pada faktor ke 1.

g. *Emotion* (X_7), faktor loading yang paling besar berada pada faktor 1 dengan nilai 0,962, hal itu berarti *emotion* ada pada faktor ke 1.

Dengan demikian, ke tujuh variabel yang direduksi menjadi 3 faktor terdiri dari:

a. Faktor 1 terdiri dari: kepribadian dan konsep diri, tingkat pendapatan dan *emotion.*

b. Faktor 2 terdiri dari: praktik agama dan kelompok acuan.

c. Faktor 3 terdiri dari: *personal financial needs* dan motivasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.22
Component Transformation Matriks

Component Transformation Matrix			
Component	1	2	3
1	.763	.537	.360
2	-.446	.840	-.309
3	-.468	.076	.880
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization			

Sumber: Hasil Output SPSS v.24 Data Primer yang telah diolah, 2017. (terlampir)

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada diagonal faktor (component) 1, 2, 3 (0,763, 0,840, 0,880) ketiga faktor memiliki nilai di atas 0,5. Maka dapat disimpulkan bahwa 3 faktor cukup mewaliki faktor-faktor yang lain.

4) Penamaan dan Interpretasi Faktor

Setelah diperoleh tiga faktor yang merupakan hasil reduksi dari tujuh variabel. Kemudian penamaan faktor dapat dilakukan dengan cara mengetahui variabel-variabel yang membentuk faktor dan dianggap bisa mewakili variabel-variabel anggota tersebut. Menurut Zaini Hasan dalam Fajar S. Saputro, pemberian nama dan konsep tiap faktor ditentukan berdasarkan makna umum variabel yang terkandung di dalamnya.

Tabel 4.23
Penamaan Faktor

Faktor	Variabel	Faktor Loading	% of Variance	Interpretasi
Faktor 1	Kepribadian dan Konsep Diri	0,816	38,548	Faktor Pribadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor	Variabel	Faktor Loading	% of Variance	Interpretasi
	Tingkat Pendapatan	0,752		
	Emotion	0,930		
Faktor 2	Praktik Agama	0,545	16,164	Faktor Sosial
	Kelompok Acuan	0,828		
Faktor 3	*Personal Financial Needs*	0,400	14,859	Faktor Psikologi
	Motivasi	0,962		

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2017*

Faktor 1 yang terdiri dari kepribadian dan konsep diri, tingkat pendapatan dan *emotion* dapat diberi nama faktor pribadi. Menurut Kotler, faktor-faktor pribadi termasuk didalamnya kepribadian dan konsep diri, pekerjaan dan kepribadian.

Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis unik yang mengarah relatif pada tanggapan konsisten dan abadi pada lingkungan yang dimiliki seseorang. Kepribadian biasanya dipengaruhi oleh sifat-sifat kepercayaan diri, kemampuan menguasai, stabilitas emosi, dominasi, kemampuan sosialisasi, pencapaian, otonomi, daya tahan, perintah, perubahan, afiliasi, kemampuan adaptasi, perbedaan, keagresifan, kreativitas.

Sedangkan variabel tingkat pendapatan, dalam Kotler di wakili dengan variabel pekerjaan. Penghasilan yang mereka peroleh dari pekerjaannya itulah yang menjadi determinan penting dalam perilaku pembelian mereka.

Variabel *emotion* mempengaruhi variabel kepribadian yang merupakan karakteristik psikologis unik yang mengarah relatif pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tanggapan konsisten dan abadi pada lingkungan yang dimiliki seseorang.

Faktor 2 yang terdiri dari praktik agama dan kelompok acuan dapat diberi nama faktor sosial. Menurut Kotler, faktor-faktor sosial termasuk didalamnya kelompok acuan dan peran serta status.

Kelompok acuan seseorang terdiri atas semua kelompok di sekitar individu yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu tersebut. Kelompok acuan mempengaruhi pendirian dan konsep pribadi seseorang karena individu biasanya berhasrat untuk berperilaku sama dengan kelompok acuan tersebut.

Praktik agama dimasukkan ke dalam variabel peran dan status. Peranan adalah kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekellilingnya. Sedang status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai dengan peran yang dijalankan. Peran seseorang sebagai manusia yang beragama berisikan kegiatan-kegiatan yang dihaarapkan seseorang untuk dilakukan mengacu pada orang-orang sekitarnya. Dan setiap peran membawa status yang mencerminkan pengakuan umum masyarakat sesuai dengan status itu.

Faktor ke 3 yang terdiri atas motivasi dan *personal financial needs* dimasukkan ke dalam faktor psikologi. Menurut Kotler, faktor-faktor psikologi termasuk didalamnya motivasi dan persepsi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Motivasi adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenis; kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan yang lain bersifat psikogenis; kebutuhan tersebut muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok. Orang yang termotivasi siap bertindak.

Sedangkan variabel *personal financial needs* merupakan bagian dari persepsi. Sesorang akan menampakkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk. Persepsi adalah proses yang dengan proses itu orang-orang memilih, mengorganisasi, menginterpretasi informasi untuk membentuk gambaran dunia yang penuh arti. Ketika orang-orang bertindak, mereka belajar. Pembelajaran menjelaskan perubahan-perubahan dalam perilaku individual yang muncul dari pengalaman. Para teoritis pembelajaran mengatakan bahwa sebagian perilaku manusia dipelajari. Pembelajaran terjadi melalui dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan kembali yang saling mempengaruhi.

Dari ketiga faktor, faktor pribadi merupakan faktor yang paling dominan dengan nilai varians 38,548. Kemudian disusul

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan faktor sosial yang memiliki varians sebesar 16,164 dan yang terakhir adalah faktor psikologi dengan nilai varians sebesar 14,859.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V
PEMBAHASAN

A. Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan dalam Berinvestasi Menggunakan Akad *Muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya

Berdasarkan uji analisis menggunakan analisis faktor, hasil analisis yang terdapat pada bab 4 tabel 4.17 menunjukkan dari ketujuh indikator berhasil direduksi menjadi 3 faktor.

Faktor yang pertama adalah faktor pribadi yang memiliki nilai varians terbesar, yaitu 38,548. Faktor pribadi terdiri dari 3 variabel yaitu kepribadian dan konsep diri, tingkat pendapatan dan *emotion.* Dari ketiga variabel dalam faktor pribadi ini, variabel *emotion* memiliki nilai loading terbesar yaitu 0,930 kemudian disusul kepribadian dan konsep diri dengan nilai 0,816 dan yang terakhir variabel tingkat pendapatan dengan nilai 0,752.

Faktor kedua adalah faktor sosial yang memiliki nilai varians sebesar 16,164. Faktor sosial terdiri dari 2 variabel yaitu praktik agama dan kelompok acuan. Variabel kelompok acuan memiliki nilai loading lebih besar dengan nilai 0,828 sedang praktik agama memiliki nilai loading sebesar 0,545.

Faktor ketiga adalah faktor psikologi yang memiliki varians sebesar 14,859. Faktor psikologi memiliki 2 variabel yang terdiri dari motivasi dan *personal financial needs.* Motivasi memiliki nilai faktor loading sebesar 0,962 sedangkan *personal financial needs* memiliki nilai 0,400.

Jadi faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad muḍārabah di Yukori Snack and Breakfast

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya adalah faktor pribadi yang terdiri dari tiga variabel yaitu variabel kepribadian dan konsep diri, tingkat pendapatan dan *emotion*; faktor sosial yang terdiri dari praktik agama dan kelompok acuan; serta faktor psikologi yang terdiri dari motivasi dan *personal financial needs*.

B. Faktor yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Pengambilan Keputusan dalam Berinvestasi Menggunakan Akad *Muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya

Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya berdasarkan tabel 4.15 pada bab 4, faktor pertama atau faktor pribadi memiliki nilai varians yang paling besar yaitu 38,548 yang terdiri dari variabel kepribadian dan konsep diri, tingkat pendapatan serta *emotion*.

Faktor yang utama dari proses awal dalam memilih investasi adalah faktr pribadi. Karena segala keputusan berawal dan dimulai dari kepercayaan terhadap diri sendiri.

Ketika kepercayaan diri masing-masing individu tinggi dalam memilih keputusan maka faktor eksternal hanya menjadi pendukung keputusan saja. Karena pada dasarnya manusia memiliki kepercayaan pada diri sendiri yang sangat tinggi. Sebagaimana difirmankan Allah dalam Q.S Fusilat: 30

إِنَّ ٱلَّذِينَ قَالُواْ رَبُّنَا ٱللَّهُ ثُمَّ ٱسۡتَقَٰمُواْ تَتَنَزَّلُ عَلَيۡهِمُ ٱلۡمَلَٰٓئِكَةُ أَلَّا
تَخَافُواْ وَلَا تَحۡزَنُواْ وَأَبۡشِرُواْ بِٱلۡجَنَّةِ ٱلَّتِي كُنتُمۡ تُوعَدُونَ ٣٠

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat akan turun kepada mereka (dengan mengatakan): "Janganlah kamu merasa takut dan janganlah kamu merasa sedih; dan bergembiralah kamu dengan (memperoleh) surga yang telah dijanjikan Allah kepadamu".

Ayat tersebut menjelaskan bahwa tentang persoalan percaya diri karena berkaitan dengan sifat dan sikap seorang mukmin yang memiliki nilai positif terhadap dirinya dan memiliki keyakinan yang kuat. Dari ayat di atas nampak bahwa orang yang percaya diri dalam al-Qur'an di sebut sebagai orang yang tidak takut dan sedih serta mengalami kegelisahan adalah orang orang yang beriman dan orang-orang yang istiqomah.

Banyaknya ayat-ayat lain yang menggambarkan tentang keistimewaan kedudukan manusia di muka bumi dan juga bahkan tentang keistimewaan umat Islam, yang menurut penulis merupakan ayat-ayat yang dapat dipergunakan untuk menunjukkan bahwa manusia memiliki rasa percaya diri yang tinggi.

Mengenal diri sendiri terkenal dengan ungkapan "barang siapa yang mengenal dirinya, maka ia mengenal Tuhannya" dapat disejajarkan dengan konsep diri. Konsep diri atau *self concept* yaitu bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Khusnudzon atau prasangka yang baik juga dapat disejajarkan dengan berpikir positif. Kata-kata yang terus beriringan dalam al-Quran yaitu iman dan amal merupakan penegasan dari harus adanya keyakinan dan tindakan. Untuk menyikapi semua tindakan-tindakan dan hasil yang diperoleh atas semua usahanya Islam memberikan konsep lain seperti tawakal,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

syukr dan muhasabah yang harus diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Akumulasi konsep-konsep tersebut jika diteliti secara berkesinambungan akan menimbulkan dan mengisyaratkan adanya konsep percaya diri dalam mengambil keputusan yang terungkap dalam al-Quran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya dan berdasarkan pertanyaan atas rumusan masalah maka disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian, tiga faktor yang mempengaruhi keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya yaitu faktor pribadi, faktor sosial dan faktor psikologis.
2. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi menggunakan akad muḍārabah di Yukori Snack and Breakfast Surabaya adalah faktor pribadi yang terdiri atas variabel kepribadian dan konsep diri, tingkat pendapatan dan *emotion* karena memiliki nilai varians terbesar, yaitu 38,548.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai bahan masukan yang bermanfaat untuk Yukori Snack and Breakfast Surabaya:

1. Bagi Peneliti

   Dengan terselesaikannya penelitian ini diharapkan penelitian ini selanjutnya dapat lebih memperbanyak kembali variabel yang pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini selain variabel variabel praktik agama, kelompok acuan, kepribadian dan konsep diri, motivasi, serta tingkat pendapatan. Karena variabel yang digunakan peneliti belum secara keseluruhan belum mampu menjelaskan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan berinvestasi menggunakan akad *muḍārabah* di Yukori Snack and Breakfast Surabaya.

Selain itu, sebaiknya peneliti berikutnya menggunakan responden peneliti berikutnya menggunakan responden yang lebih banyak agar didapatkan hasil perhitungan yang lebih efisien dan akan lebih akurat dengan begitu variabel yang diujikan pun dapat bertambah banyak.

2. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil dari analisis faktor yang telah dilakukan dalam penelitian ini, sebenarnya Yukori Snack and Breakfast tidak perlu melakukan banyak usaha dalam mengumpulkan investornya. Karena dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa pada dasarnya investor berinvestasi berdasarkan pada kepribadian dan konsep dirinya. Bahkan *self image* perusahaan tidak mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan berinvestasi. Yukori Snack and Breakfast hanya perlu menjadi *owner* yang amanah dan tidak berhenti melakukan ekspansi agar usahanya terus meluas untuk memberi keuntungan yang lebih besar kepada para investornya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, Pramita. "Perilaku Investor Muslim dalam Bertransaksi Saham di Pasar Modal", *JESTT,* Vol 1, No 12, Desember, 2014.

Algoud, Latifa M. dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syariah, Praktik dan Prospek.* Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2005.

Amalia, Euis. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam dari Masa Klasik hingga Kontemporer*. Jakarta: Granada Press, 2007.

Antonio, Muhammad Syafi'i. *Islamic Banking dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: PT Rineke Cipta, 2002.

Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah.* Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Basri, Faisal dan Haris Munandar, *Lanskap Ekonomi Indonesia: Kajian dan renungan terhadap Masalah-Masalah Struktural, Transformasi Baru dan Prospek Perekonomian Indonesia.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi (Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran)*. Jakarta: Kencana, 2009.

Dagun, M. Save. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, 2006.

Desmita. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.

Dewi, Gemala, dkk. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia.* Jakarta: Prenada Media Grup, 2006.

Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Fahmi, Irham dan Hadi. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi.* Bandung: Alfabeta, 2011.

Febriananda, Fajar. "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Investasi Dalam Negeri di Indonesia Periode Tahun 1988 – 2009", *Jurnal Skripsi.*

Hak, Nurul. *Ekonomi Islam, Hukum Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Teras, 2011.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hamid, Abdul. *Teori Belajar Dana Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta, 2007.

Harmono. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis.* Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

Hasan, Iqbal. Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarata: Bumi Aksara, 2006.

Hendi Suhendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Hermawan, Asep.. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo, 2006.

Idrus, Muhammad. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Irawan dan Suparmoko. *Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta: BPFE, 1992.

Istanti, Yuslina. *Wawancara*, Surabaya, 02 Juli 2017

Jauhari, Sofyan. *Investasi dalam Pandangan al-Qur'an dan Sunnah: Serial Kecerdasan Finansial. Artikel ke 25.*

Jazil, Saiful. *Fiqih Muamalah.* Surabaya: UINSA Press, 2014.

Kartini dan Nuris Firmansyah Nugraha, "Pengaruh *Illusions Of Control, Overconfidence* Dan *Emotion* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada Investor di Yogyakarta", *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan,* Vol 4, No 2, Mei, 2015.

Karun, Leonardo Dakori, dkk. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Kutai Barat". *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Mulawarman*, No 2, Vol 10, Desember, 2012.

Kotler, Philip. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1997.

Mahastanti, Linda Ariany. "Pengaruh Faktor *Biopsychosocial* dan Faktor Liingkungan terhadap *Risk Aversion* Investor". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis,* Vol XVI, No 1, September, 2011.

Manan, Abdul. *Aspek Hukum dalam Penyelenggaraan Investasi di Pasar Modal Syariah* Indonesia. Kencana, 2009.

Martono dan Agus Harjito, *Manajemen Keuangan* . Yogyakarta: Ekonisia, 2010.

Mulyadi, *Sistem Akuntansi.* Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nursalam. Konsep dan Penerapan Metodelogi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pedoman Skripsi, Tesis, dan Instrumen Penelitian Keperawatan. Jakarta: Salemba Empat, 2008.

Priyatno, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS: untuk Analisis data dan Uji Statistik.* Yogyakarta: Mediakom, 2009.

Purba, Adearman. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Simalungun". Tesis--Universitas Sumatera Utara Sumatera Utara, 2006.

Rahadjeng, Erna Retna. "Analisis Perilaku Investor Perspektif Gender dalam Pengambilan Keputusan Investasi di Pasar Modal", *Humanity,* Vol 6, No 2, Maret, 2011.

Rakhimsyah, Leli Amnah dan Barbara Gunawan. "Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Tingkat Suku Bunga terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Investasi*, Vol 7, No 1, Juni, 2011.

Safina, Lailan dan Sri Endang Rahayu. "Analisis Pengaruh Investasi Pemerintah dan Swasta terhadap Penciptaan Kesempatan Kerja di Sumatera Utara". *Jurnal Manajemen & Bisnis,* No.01, Vol 11, April, 2011.

Salman, Kautsar Riza. *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah.* Padang: Akademia Permata, 2012.

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitafif.* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.

Sudana, I Made. *Manajemen Keuangan Perusahaan.* Jakarta: Erlangga, 2011.Sugiyono, *Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta, 2008.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfaabeta, 2012.

Sumtoro, Andrian dan Njo Anastasia. "Perilaku Keuangan dalam Pengambilan Keputusan Berinvestasi Properti Residensial di Surabaya, *FINESTA,* Vol 3, No 1, 2015.

Supranto, J. *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi.* Jakarta: Rineka Cipta, 2004.

Sutrisno. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi.* Yogyakarta: Ekonisia, 2008.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syamsi, Ibnu. *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi.* Jakarta: Bumi Aksara, 2000.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id