

Pengaruh E-Trade Dan Psychographic Terhadap Perilaku Investor PT Royal Assetindo Batam

Muhammad Rasid Ridho

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Putera Batam,

ABSTRACT

Trade on stock exchanges, is now beginning to change slowly toward highly sophisticated. As the capital market management authorities in Batam, Batam PT Royal Assetindo still experiencing no little trouble in giving access to the capital markets for the whole society. So the writer is interested in conducting research on the effects of e -trade and the behavior of investors psychographic PT Royal Assetindo Batam. This study aims to determine how much influence the e -trade and psychographic behavior of investors towards Batam PT Royal Assetindo partially. And to know how big the influence of e -trade and psychographic behavior of investors towards Batam PT Royal Assetindo simultaneously. Authors conducted a study using two causal research design is the design or verification . With the number of respondents 96 investors from PT Royal Assetindo Batam. The findings of this study E -trade and psychographic positive and significant impact on investor behavior Batam PT Royal Assetindo either partially or simultaneously.

Keywords : *E -trade, psychographic, behavioral investors.*

1. Latar Belakang

Perkembangan sistem informasi yang terus melaju memiliki efek yang cukup terasa bagi perilaku sosial ekonomi masyarakat Batam pada khususnya dan pada masyarakat Indonesia pada umumnya. Perdagangan pada bursa-bursa saham, sekarang ini sudah mulai berubah pelan pelan menuju yang sangat canggih. Dalam dunia trading dengan munculnya internet telah membawa paradigma baru, jika dikombinasikan dengan internet yang orang sering menyebutnya sebagai E-Trading.

Sebagai otoritas pengelola pasar modal di Batam, PT Royal Assetindo Batam masih mengalami tidak sedikit masalah dalam memberikan akses ke pasar modal bagi seluruh lapisan masyarakat. Apalagi dengan masyarakat yang tinggal didaerah, hal ini dikarenakan luasnya wilayah Indonesia dan banyaknya pulau-pulau yang memisahkan jarak. Dengan munculnya sistem perdagangan berbasis web yang berawal beroperasi pada tahun 2003, telah menambah kesempatan bagi masyarakat daerah untuk dapat mengakses instrumen investasi di pasar modal.

Menurut Sumarwan (2011: 58), psikografik adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Psikografik analisis biasanya dipakai untuk melihat segmen pasar. Analisis psikografik juga diartikan sebagai suatu riset

konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal kehidupan mereka, pekerjaan dan aktifitas lainnya.

Pemodal merupakan salah satu bagian terpenting dan integral dalam hal investasi. Harapan atau motivasi setiap investor dalam berinvestasi adalah memperoleh laba atas transaksi yang dilakukan berdasarkan jenis investasi yang mereka pilih. Perilaku keuangan sangat berperan dalam pengambilan keputusan seseorang untuk berinvestasi. Pengambilan keputusan keuangan oleh investor untuk kegiatan investasi, akan sangat dipengaruhi oleh informasi yang didapat dan pengetahuan seseorang tentang investasi.

Investasi ke dalam aktiva keuangan dapat berupa investasi langsung dan investasi tidak langsung. Investasi langsung dilakukan dengan membeli langsung aktiva keuangan dari suatu perusahaan baik melalui perantara atau dengan cara yang lain. Sebaliknya investasi tidak langsung dilakukan dengan membeli saham dari perusahaan investasi yang mempunyai portofolio aktiva-aktiva keuangan dari perusahaan-perusahaan lain (Jogiyanto, 2009: 6).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh *e-trade* dan *psychographic* terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam.

Dari latar belakang masalah penulis membuat rumusan masalah dari penelitian ini, seperti di bawah ini:

1. Apakah terdapat pengaruh *e-trade* berpengaruh terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam?
2. Apakah terdapat pengaruh *psychographic* terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam?
3. Apakah terdapat pengaruh *e-trade* dan *psychographic* terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam?

Dari rumusan masalah maka penulis membuat tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-trade* berpengaruh terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *psychographic* terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-trade* dan *psychographic* terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam.

2. Landasan Teori

E-Trade

Menurut Tandelilin (2010: 2) investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan dimasa datang.

Dalam trading saham investor pada PT Royal Assetindo Batam menggunakan sistem informasi yang berbasis web dan sering menyebutnya sebagai E-Trading. Menurut Simarmata (2011: 256) terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk menilai baik buruknya sistem informasi berbasis web yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Ketepatan

Ketepatan adalah aspek teknis yang dapat dengan mudah dicek. Beberapa tool tersedia untuk mencapai ketepatan kode. Aspek ini sangat bermanfaat karena walaupun tool-nya sudah tersedia sejumlah besar. Banyak kasus perilaku yang tidak konsisten dengan browser yang berbeda dapat dimulai dengan ketiadaan penyesuaian diri dengan tata bahasa yang diterbitkan (HTML, XHTML), tidak ada masalah teknis dalam penggunaan dan tindakan yang diambil oleh browser itu sendiri sebagai default.

2. Presentasi

Kriteria presentasi berhubungan dengan pengukuran situs dan presentasi halamannya yang meliputi tata letak halaman, teks, multimedia, tautan, dan form

3. Konten

Dalam konten hal-hal yang dipertimbangkan adalah keterbacaan(kata-kata untuk kalimat, suku kata untuk kata-kata, total kata-kata, jumlah baris baru, panjang judul dan subjudul, dan seterusnya), arsitektur informasi, struktur informasi, perbedaan antara author dan web master, dan indikasi dari konten sekarang (tanggal pembaharuan (*update*) sekarang).

4. Navigasi

Aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan dalam navigasi adalah struktur situs(*graf node* dan *link*), navigasi horizontal dan vertikal, navigasi campuran, bar navigasi.

5. Interaksi

Dalam aspek interaksi hal-hal yang perlu diperhatikan adalah transparansi (pengguna diberi tahun mengenai pengisian, tambalan format, dan peluncuran), pemulihan (pembatalan tersedia pada formulir halaman atai setelah pengguna mengisi formulir dan kemudian sistem memberitahu aksi yang diselesaikan dan kemungkinan untuk dapat dibatalkan), fasilitas catatan tambahan(jika pengguna dapat berperan untuk konten situs web)

Psychographic

Menurut Mowen (2006: 282) analisis psikografis adalah jenis riset konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal bagaimana mereka hidup, bekerja, dan bermain. Istilah psikografis memiliki ide yang menggambarkan (grafik) faktor-faktor psikologis (psycho) yang membentuk konsumen. Namun dalam prakteknya, psikografis dipergunakan untuk mengukur gaya hidup konsumen dengan menganalisis aktivitas, minat dan opini (activities, interests and opinion – AIO). Menurut Sumarwan (2011: 58), psikografis adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar.

Menurut Kumar dan Sarkar (2008: 209) terdapat dua pendekatan dominan dalam psikografis, yaitu:

1. IAO:
 - a. Attitudes / aktivitas
 - b. Interest / minat
 - c. Opinions / opini

2. VALS:
 - a. Values / nilai nilai.
 - b. Lifestyles / gaya hidup.

Sedangkan menurut Kasali (2007: 91-92) psikografis merupakan segmentasi berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia. Sedangkan gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang menghabiskan waktudan uangnya yang dinyatakan dalam aktivitas aktifitas, minat dan opininya. Meski psikografi tidak berarti melulu gaya hidup, riset riset psikografi komersial sering terlalu menekankan pada unsur gaya hidup, berikut ini indikatornya:

1. Kebersamaan
2. Kegairahan hidup
3. Kehangatan hubungan
4. Pemenuhan diri
5. Terhormat
6. Kenikmatan hidup
7. Rasa aman
8. Harga diri
9. Pencapaian prestasi

Perilaku Investor

Menurut Mardiyanto (2009: 167) terdapat tiga jenis perilaku investor terhadap risiko, yaitu:

a. *Conservative*

Adalah investor yang merasa tidak nyaman dengan risiko, lebih menghindari untuk memilih jenis investasi yang berisiko tinggi (*Risk Averter*). Pilihan investasi yang dilakukan adalah *low risk – low return*.

b. *Moderate* (Netral)

Adalah investor yang masih mau berinvestasi dengan risiko, akan tetapi lebih prefer untuk berinvestasi pada jenis investasi yang tidak terlalu berisiko (*Risk Indifference*). Pilihan investasi yang dilakukan adalah *medium risk – medium return*.

c. *Aggressive*

Adalah investor yang ingin mengharapkan keuntungan maksimum (*Return*) dari investasinya. Investor lebih berani dan juga tidak terlalu bermasalah dengan risiko yang ada (*Risk Seeker*). Pilihan investasi yang dilakukan adalah *high risk – high return*.

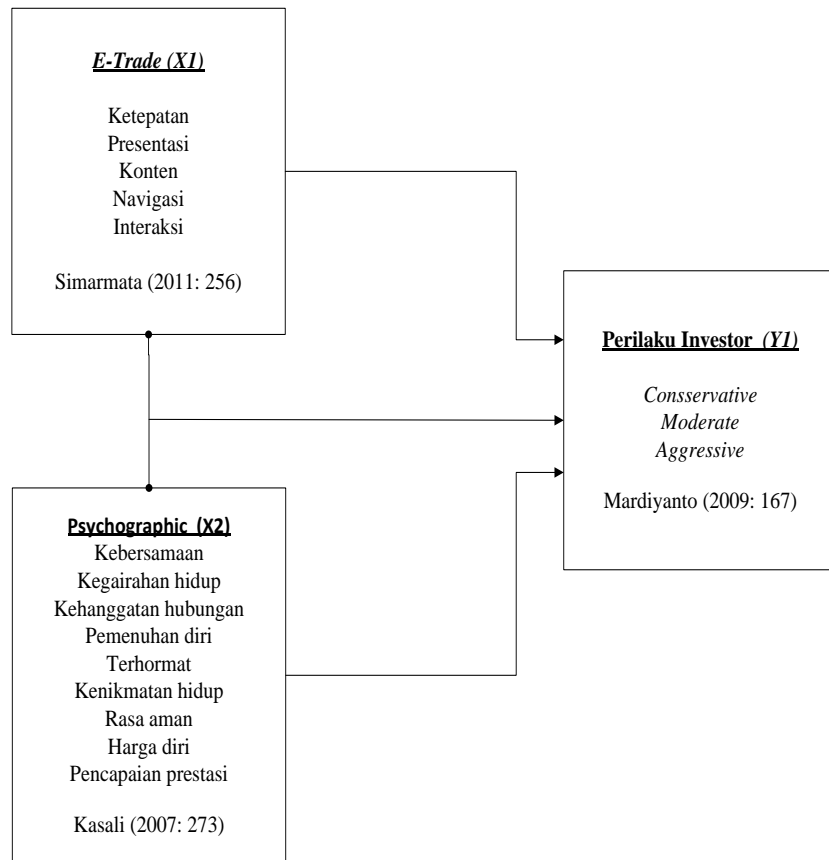
Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai psychographic terhadap perilaku investor di Indonesia dilakukan oleh Suhari et al. (2011) dalam jurnal penelitiannya ini menggunakan tiga aspek psychographic yaitu risiko investasi di pasar keuangan, perspektif jangka panjang, dan tujuan keamanan. Penelitian dengan menggunakan survei kuisisioner dilakukan dan tanggapan yang diperoleh dari 103 investor di Indonesia. Penelitian ini menyimpulkan bahwa investor yang siap menanggung risiko selalu melakukan investasi berulang-ulang dan melakukan investasi pada produk investasi yang berisiko tinggi. Sementara investor yang memilih untuk berinvestasi yang aman maka akan cenderung melakukan investasi kepada produk yang risikonya rendah dan jarang berinvestasi.

Penelitian dilakukan oleh Ghazali dan Othman (2004) tentang profil demographic dan psychographic dari aktif dan pasif investor di KLSE : sebuah analisis diskriminan. Penelitian ini mencoba untuk menggambarkan karakteristik demografis dan gaya hidup dari investor aktif dan pasif di Malaysia. Kedua kelompok dibandingkan menggunakan delapan demografis, lima psikografis, dan lima dimensi aktivitas. Hasil menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam hal jenis kelamin, pekerjaan umur, pendapatan pribadi bulanan dan pendapatan rumah tangga bulanan antara kelompok investor kedua. Dalam hal dimensi psikografis, investor aktif adalah pengambil risiko atau lebih inovatif dibanding investor pasif.

Kerangka Pemikiran

Dari pustaka tersebut diatas maka peneliti dapat membuat kerangka pemikiran dari tiga variabel yaitu e-trade, psychographic dan perilaku investor sebagai berikut.



Gambar1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Berikut ini merupakan dugaan sementara yang peneliti rancang:

1. *E-trade* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam secara parsial.
2. *Psychographic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam secara parsial.
3. *E-trade* dan *psychographic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam secara simultan.

3. Pembahasan

Desain Penelitian

Penulis melakukan penelitian menggunakan dua desain penelitian yaitu desain deskriptif dan desain kausal. Menurut Umar (2011: 33) desain deskriptif bertujuan untuk menguraikan sifat atau karakteristik dari suatu fenomena tertentu. Data yang deskriptif biasanya langsung digunakan sebagai dasar untuk membuat keputusan keputusan. Penelitian ini relatif sedikit memerlukan teorisasi dan hipotesis serta dapat bekerja pada satu variabel saja.

Sedangkan desain kausal atau verifikatif oleh Umar (2011: 35) berguna untuk menganalisa hubungan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Penelitian ini deskriptif untuk menganalisis distribusi frekwensi dan rata-rata dari persepsi responden dan juga verifikatif untuk melihat hubungan dan pengaruh antar variabel, yaitu pengaruh antara variabel indenpenden E-Trade (X1) dan *Psychografic* (X2) terhadap perilaku investor (Y1). Dengan objek penelitian adalah PT Royal Assetindo Batam.

Operasional Variabel

Penulis membatasi operasional variabel dalam penelitian ini yakni: variabel bebas atau *independen* terdiri dari e-trade (X1), *psychographic* (X2) dan variabel terikat atau *dependen* yaitu perilaku investor (Y1).

Variabel Independen

Variabel independen (Sugiono, 2009: 59) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat. Berikut ini merupakan tabel dimensi dan indikator dari variabel independen.

Tabel 1. Operasional variabel *E-Trade*

Indikator	Pernyataan	Skala
Ketepatan	Anda merasa mudah dalam mengecek informasi yang anda inginkan di aplikasi E-Trade.	Ordinal
Presentasi	Menurut anda tata letak aplikasi E-Trade sudah menarik.	Ordinal
Konten	Anda merasa isi dari aplikasi E-Trade selalu yang terbaru.	Ordinal
Navigasi	Menurut anda navigasi di aplikasi E-Trade mempermudah dalam menelusuri semua aplikasi E-Trade.	Ordinal
Interaksi	Anda merasa mudah dalam mendapatkan laporan yang anda inginkan di aplikasi E-Trade	Ordinal

Tabel diatas merupakan operasional variabel untuk variabel e-trade yang dikembangkan dari kerangka pemikiran. Sedangkan operasional variabel dari psychographic akan dipaparkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2. Operasional variabel *Psychographic*

Indikator	Pernyataan	Skala
Kebersamaan	Kebersamaan	Ordinal
Kegairahan hidup	Kegairahan hidup	Ordinal
Kehangatan hubungan	Kehangatan hubungan	Ordinal
Pemenuhan diri	Pemenuhan diri	Ordinal
Terhormat	Terhormat	Ordinal
Kenikmatan hidup	Kenikmatan hidup	Ordinal
Rasa aman	Rasa aman	Ordinal
Harga diri	Harga diri	Ordinal
Pencapaian prestasi	Pencapaian prestasi	Ordinal

Variabel Dependen

Variabel dependen (Sugiono, 2009: 59) merupakan merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Berikut ini merupakan tabel dimensi dan indikator dari variabel dependen.

Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah perilaku investor yang akan dipaparkan di dalam tabel operasional variabel berikut di bawah ini:

Tabel 3. Operasional variabel Perilaku Investor

Indikator	Pernyataan	Skala
Conservative	Anda merupakan investor yang merasa tidak nyaman dengan risiko, lebih menghindari untuk memilih jenis investasi yang berisiko tinggi.	Ordinal
Conservative Moderately	Conservative Moderately	Ordinal
Moderate	Anda merupakan investor yang masih mau berinvestasi dengan risiko, akan tetapi lebih prefer untuk berinvestasi pada jenis investasi yang tidak terlalu berisiko.	Ordinal
Aggressive Moderately	Aggressive Moderately	Ordinal
Aggressive	Anda merupakan investor yang ingin mengharapkan keuntungan maksimum dari investasinya, lebih berani dan juga tidak terlalu bermasalah dengan risiko yang ada.	Ordinal

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan PT Royal Assetindo yang beralamat di Jl. Teuku Umar, Kompleks Nagoya Hill Superblock Blok C No.3A-5-6 Kota Batam. Penelitian ini akan dilaksanakan dalam waktu selama 3 (tiga) bulan sejak bulan Desember 2013 sampai dengan Februari 2014.

Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2006: 55) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sugiyono (2006: 56) menjelaskan definisi dari sample yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu.

Karena masalah waktu dan biaya, ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus dari Taro Yamane (Riduwan, 2008: 65), yaitu:

Rumus 1. Penarikan Sampel

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d² = Presisi yang ditetapkan (5%)

Maka jumlah sampel dari yang akan diperoleh menjadi :

$$n = \frac{127}{1+(127 \times (0.5)^2)} \\ = 96,39$$

Dibulatkan menjadi 96, maka penulis mengambil responden sebanyak 96 orang.

Teknik Pengumpulan data

Menurut Sugiono (2009: 194) wawancara merupakan teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Definisi kuesioner atau angket menurut Sugiono (2009: 199) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisionernya mengenai pengaruh *E-Trade* dan *Psychografic* terhadap perilaku investor. Peneliti mengumpulkan data kuisisioner dan diolah menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 19.

Dari definisi diatas penulis meneliti dalam kuisisioner menggunakan tipe skala ordinal. Menurut Jogiyanto (2010: 66) pemberian nilai nilai ke variabel disebut metode penskalaan. Terdapat dua macam metode penskalaan yaitu skala rating (rating scale) dan skala rangking (rangking scale). Sedangkan skala rating ada beberapa macam yaitu skala dikotomi, skala katagori, skala likert, skala perbedaan semantik, skala numerik, skala stapel, skala grafik. Pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala ini digunakan untuk mengukur respon subyek ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama seperti berikut:

- | | | |
|----|---------------------|---------------|
| 1. | Sangat Setuju | diberi skor 5 |
| 2. | Setuju | diberi skor 4 |
| 3. | Cukup Setuju | diberi skor 3 |
| 4. | Tidak Setuju | diberi skor 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | diberi skor 1 |

Uji Kualitas Data

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat diukur dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji tersebut masing-masing digunakan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan melalui kuesioner sudah valid dan reliabel.

Validitas menurut Jogiyanto (2010: 120) adalah seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan menurut Jogiyanto(2010: 120) validitas merupakan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Menurut Arikunto (2010: 120), suatu instrumen yang valid mempunyai tingkat validitas yang tinggi, dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk menguji tingkat validitas dari kuesioner dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) digunakan rumus koefisien korelasi *product moment* sebagai berikut:

Rumus 2. Koefisiensi Korelasi

$$r_{xy} = \frac{n\sum_{xy} - (\sum_x)(\sum_y)}{\sqrt{\{(n\sum_x^2 - (\sum_x)^2) - (n\sum_y^2 - (\sum_y)^2)\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment* antara variabel X dan Y (antara skor item dan skor total).

\sum_x = jumlah skor X (jumlah skor *item*).

\sum_y = jumlah skor Y (jumlah skor total).

\sum_x^2 = jumlah X kuadrat (jumlah skor *item* kuadrat).

\sum_y^2 = jumlah Y kuadrat (jumlah skor total kuadrat).

n = jumlah responden (jumlah sampel).

Pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan r_{xy} dengan harga $r_{\text{-tabel}}$ (df = n-2, df : derajat kebebasan, n : jumlah konstruk/variabel X dan Y) dengan taraf kesalahan 5%.

Jika harga r_{xy} ($r_{\text{-hitung}}$) lebih besar $r_{\text{-tabel}}$, maka item pernyataan valid. Bila nilai r_{xy} ($r_{\text{-hitung}}$) lebih kecil $r_{\text{-tabel}}$, maka item pernyataan tidak valid (gugur).

Reliabilitas menurut Jogiyanto (2010: 120) adalah sebagai konsistensi antar pengukuran pengukuran secara berurutan. Sedangkan menurut Jogiyanto (2010: 120) reabilitas adalah seberapa besar variasi tidak semantik dari penjelasan kuantitatif dari karakteristik karakteristik suatu individu jika individu yang sama diukur beberapa kali.

Menurut Ghazali (2002: 44) menjelaskan bahwa untuk menguji tingkat reliabilitas dari penelitian digunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan alasan skor dalam instrument berskala 1 sampai 5 dengan rumusnya adalah sebagai berikut:

Rumus 3. Rumus Koefisien Reliabilitas

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r = koefisien reliabilitas yang dicari

k = jumlah butir pernyataan

σ_i^2 = varians butir-butir pernyataan

σ^2 = varians skor tes.

Untuk mencari perhitungan varians (σ^2) tiap butir soal digunakan rumus berikut ini:

Rumus 4. Rumus Perhitungan Varian

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

σ_i^2 = varians butir pernyataan ke-n (misal ke-1, ke-2 dan seterusnya).

Xi = jumlah skor jawaban subyek untuk butir pernyataan.

n = jumlah sampel

Menurut Ghazali (2010: 44) mengatakan perlu ditafsirkan hasil dari harga indeks yang didapat indeks reliabilitas dari *Alpha Cronbach* yaitu dinyatakan reliabel jika nilai α hitung $\geq 0,60$ (paling tidak mencapai 0,60), kemudian jika α hitung $< 0,60$

maka dinyatakan tidak reliabel. Jika α hitung mencapai 0,85 bahkan 0,90 dikatakan reliabilitas tinggi.

Uji Pengaruh dengan Regresi

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga yang penulis cari adalah pengaruh variabel bebas (independen variable) yaitu E-Trade (X1) dan *Psychographic* (X2) terhadap variabel terikat (dependen variable) yaitu Perilaku Investor (Y). Dan persamaan regresinya dapat dirumuskan sebagai berikut (Suharyadi dan Purwanto, 2004: 509):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Perilaku Investor(β)
a	= Konstanta
b_1, b_2	= Koefisien determinasi
X1	= E-Trade
X2	= <i>Psychographic</i>
e	= Error

Berikut ini beberapa pengujian yang berhubungan dengan uji pengaruh dengan regresi .

Uji Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Ashari & Santosa, 2005: 125). Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase.

Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

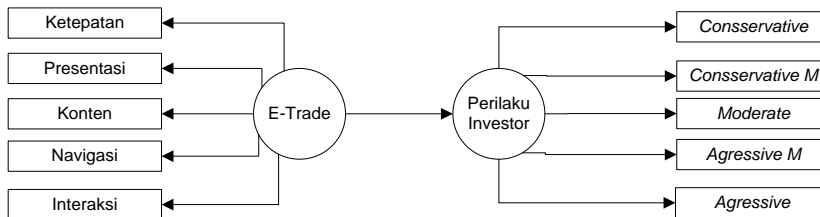
Rancangan Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah variabel *E-Trade* dan *Psychographic* berpengaruh terhadap perilaku investor.

1. E-Trade berpengaruh terhadap perilaku investor secara parsial.

H_0 = E-Trade tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investor secara parsial.

H_1 = E-Trade berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investor secara parsial.

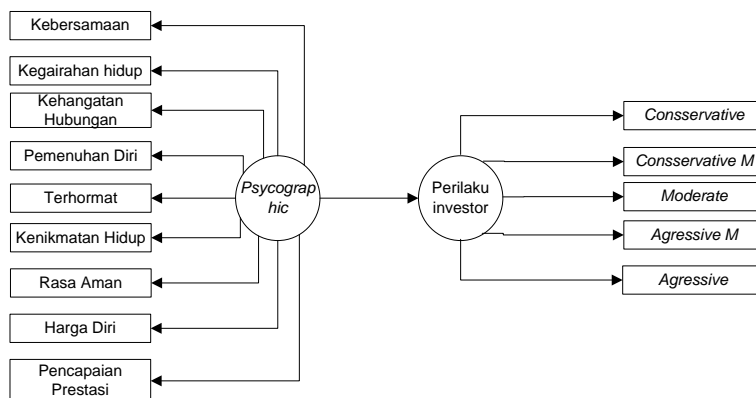


Gambar 2. Rancangan hipotesa 1

2. *Psychographic* berpengaruh terhadap perilaku investor secara parsial.

H_0 = *Psychographic* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investor secara parsial.

H_1 = *Psychographic* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investor secara parsial.

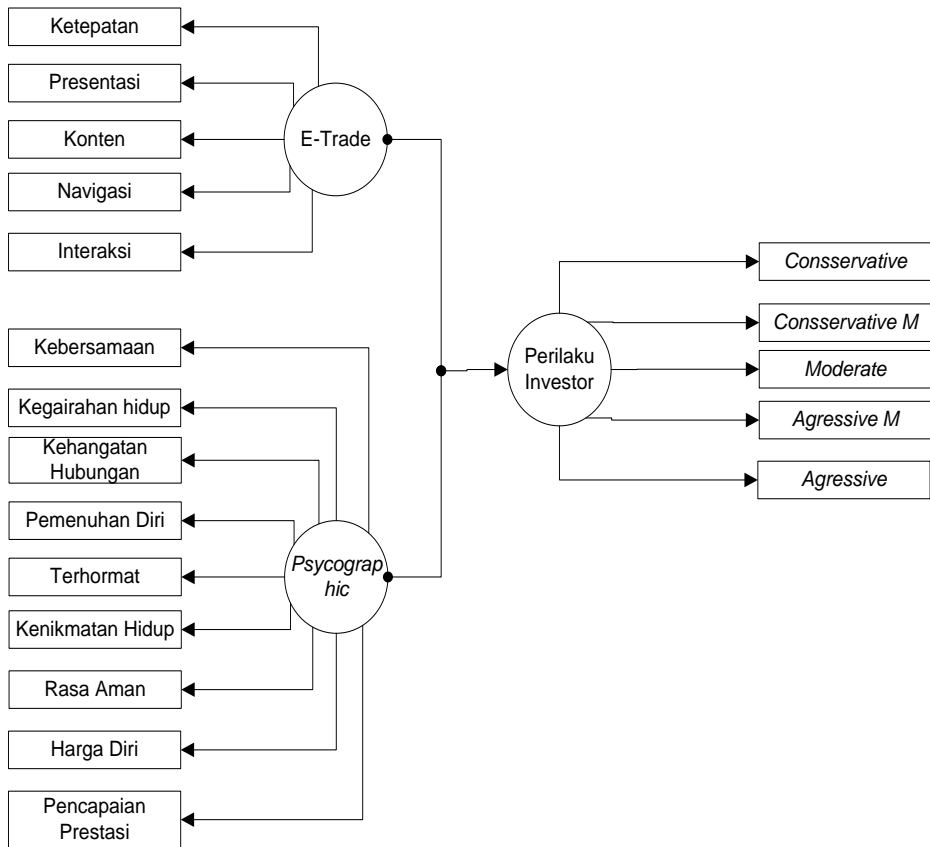


Gambar 3. Rancangan hipotesa 2

3. Penerapan e-trade dan *psychographic* terhadap perilaku investor secara simultan.

H_0 = Penerapan e-trade dan *psychographic* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investor secara simultan.

H_1 = Penerapan e-trade dan *psychographic* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investor secara simultan.



Gambar 4. Rancangan hipotesa 3

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji adanya pengaruh simultan atau bersama-sama variabel independen (*E-Trade* dan *Psychografic*) terhadap variabel dependen (perilaku investor). Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji adanya pengaruh masing-masing variabel independen (*E-Trade* dan *Psychografic*) terhadap variabel dependen (perilaku investor). Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05.

Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Dengan responden yang berjumlah 96 akan didapat nilai r-tabel sebesar 0,2006. Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS versi 19 untuk mendapatkan r-hitung. Yang kemudian akan dibandingkan antara r-tabel dengan r-hitung.

Tabel 4. Hasil uji validitas variabel *e-trade*

No	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	X11	0,706	0,2006	Valid
2	X12	0,707	0,2006	Valid
3	X13	0,698	0,2006	Valid
4	X14	0,606	0,2006	Valid
5	X15	0,713	0,2006	Valid

Tabel 5. Hasil uji validitas variabel *psychographic*

No	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	X21	0,811	0,2006	Valid
2	X22	0,772	0,2006	Valid
3	X23	0,659	0,2006	Valid
4	X24	0,766	0,2006	Valid
5	X25	0,743	0,2006	Valid
6	X26	0,729	0,2006	Valid
7	X27	0,772	0,2006	Valid
8	X28	0,763	0,2006	Valid
9	X19	0,726	0,2006	Valid

Berikut ini hasil uji validitas terhadap variabel *etrade* dan *psychographic* pada tabel tabel diatas diperoleh keputusan yang valid dimana r-hitung lebih besar dari pada t-tabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dengan cara melihat *Alpha Cronbach* yaitu dinyatakan reliabel jika nilai α hitung $\geq 0,60$ (paling tidak mencapai 0,60), kemudian jika α hitung $< 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 6. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Batas	Keterangan
<i>E- Trade</i>	0,864	0,60	Reliabel
<i>Psychographic</i>	0,933	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena dengan koefisien variansi (alpha) untuk setiap variabel lebih besar dari angka 0,60 dan dapat dijadikan sebagai instrumen pengukuran.

Hasil Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga yang dicari adalah pengaruh variabel bebas (independen variable) yaitu *e-trade* (X1) dan *psychographic* (X2) terhadap variabel terikat (dependen variable) yaitu perilaku investor (Y).

Tabel 7. Tabel Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,485	,140		3,470	,001
X1Etrade	,122	,031	,592	3,955	,000
X2Psychographic	,040	,017	,350	2,337	,022

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh rumus regresi sebagai berikut:

$$Y = (0,485) + 0,122 X1 + 0,040 X2 + \epsilon$$

Adapun interpretasi dari regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstan = 0,485

Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen (*e-trade* dan *Psychographic*). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel perilaku investor akan naik atau terpenuhi.

2. *E-trade* (X1) = 0,122

Merupakan nilai koefisien regresi variabel *e-trade* (X1) terhadap variabel perilaku investor (Y) artinya jika kinerja *e-trade* (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka perilaku investor (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,122 atau 12,2% koefisien bernilai positif artinya antara kinerja *e-trade* (X1) dan perilaku investor (Y) hubungan positif. Kenaikan kinerja *e-trade* (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada perilaku investor (Y).

3. *Psychographic* (X2) = 0,040

Merupakan nilai koefisien regresi variabel *psychographic* (X2) terhadap variabel perilaku investor (Y) artinya jika *psychographic* (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka perilaku investor (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,040 atau 4,0 % koefisien bernilai positif artinya antara *psychographic* (X2) dan perilaku investor (Y) hubungan positif. Kenaikan *psychographic* (X2) akan mengakibatkan kenaikan pada perilaku investor (Y).

Hasil uji R dan R Square

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain. Berikut ini adalah hasil dari R square dari pengolahan data menggunakan SPSS versi 19.

Tabel 8. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,935	,873	,871	,329	,873	320,550	2	93	,000	2,114

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa *e-trade* dan *psychographic* berpengaruh sebesar 0,873 atau 87,3% terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo, sedangkan 12,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Karena nilai R Square diatas 50% atau cenderung mendekati nilai 1 maka dapat disimpulkan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Hipotesis pengujian ini, sebagai berikut :

H0 =Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

H1 =Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Tabel 9. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,485	,140		3,470	,001
X1Etrade	,122	,031	,592	3,955	,000
X2Psychographic	,040	,017	,350	2,337	,022

Adapun interpretasi hasil uji t dari tabel diatas adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *e-trade* (X1) terhadap perilaku investor (Y). t hitung (3,955) > t tabel (1.985) dan nilai signifikan = 0,000 < 0.05, maka H1 diterima H0 ditolak. Jadi variabel independen (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
2. Pengaruh *psychographic* (X2) terhadap perilaku investor (Y). t hitung (2,337) > t tabel (1.985) dan nilai signifikan 0,022 < 0.05, maka H1 diterima H0 ditolak. Jadi variabel independen (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Hasil Uji f

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan atau bersama sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 10. uji f dengan ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	69,283	2	34,641	320,550	,000 ^a
Residual	10,050	93	,108		
Total	79,333	95			

a. Predictors: (Constant), X2Psychographic, X1Etrade

b. Dependent Variable: YPerilakuInvestor

Dari tabel diatas diperoleh nilai fhitung sebesar 320,550 dengan nilai probabilitas (sig)=0,00. Nilai f hitung(320,550) > f tabel (2.70), dan nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai 0,000 < 0,05; maka H0 ditolak H1 diterima, berarti secara bersama-sama (simultan) *e-trade* dan *psychographic* berpengaruh signifikan terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo.

Pembahasan Hipotesis

Untuk pembahasan hipotesis 1, hipotesis 2 berdasarkan pengujian t tes dan t tabel. Dan pembahasan hipotesis 3 berdasarkan uji f.

E-trade berpengaruh terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo.

Berdasarkan pembahasan dari tabel uji t diatas diperoleh hasil bahwa t hitung (3,955) lebih besar dari pada t tabel (1.985) dan nilai signifikan = 0,000 < 0.05, maka H1 diterima H0 ditolak. Jadi variabel independen (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dengan demikian hipotesis 1 diterima artinya penerapan *e-trade* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo secara parsial.

Psychographic berpengaruh terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo.

Berdasarkan pembahasan dari tabel uji t diatas diperoleh hasil bahwa t hitung (2,337) lebih besar dari pada t tabel (1.985) dan nilai signifikan = 0,022 < 0.05, maka H1 diterima H0 ditolak. Jadi variabel independen (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dengan demikian hipotesis 2 diterima artinya penerapan *psychographic* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo secara parsial.

***E-trade* dan *psychographic* terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam.**

Berdasarkan pembahasan dan tabel f diatas diperoleh hasil bahwa nilai f hitung(320,550) > f tabel (2.70), dan nilai signifikan = 0,000 < 0.05, maka H1 diterima H0 ditolak. Jadi secara bersama-sama (simultan) semua variabel independen (X1 dan X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dengan demikian hipotesis 3 diterima artinya penerapan *e-trade* dan *psychographic* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen PT Royal Assetindo secara simultan.

Over all Penelitian

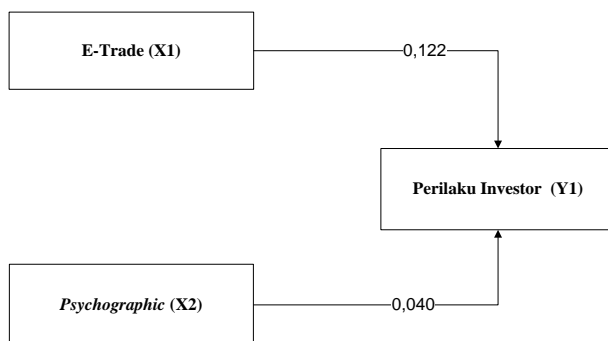
Berdasarkan hasil uji dan pembahasan yang sudah diuraikan diatas peneliti membuat rangkuman secara keseluruhan sebagai berikut:

Tabel 11. Over all penelitian

Hipot esis	Pernyataan Hipotesis	Koefisien (Unstandardi zed)	Nilai t / f	Keterangan
1	E-trade berpengaruh terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo	0,122	3,955 > 1.985	Signifikan (Hipotesis 1 diterima)

2	Psychographic berpengaruh terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo.	0,040	2,337 > 1.985	Signifikan (Hipotesis 2 diterima)
3	E-trade dan psychographic terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam	$R^2 = 0,873$	320,550 > 2.70	Signifikan (Hipotesis 3 diterima)

Tabel diatas merupakan rangkuman dari semua penelitian ini agar mudah dalam membacanya penulis membuat gambar berikut ini.



Gambar 5. Over all

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa penerapan e-trade dan *psychographic* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investor secara simultan.

4. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dengan mengambil, mengolah dan mennginterpretasikan data pada PT Royal Assetindo Batam dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *E-trade* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam secara parsial. Terutama dalam membantu dalam mendapatkan informasi terbaru.
2. *Psychographic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam secara parsial. Terutama investor yang menganggap investasi sebagai gaya hidup maupun nilai hidup.

3. *E-trade* dan *psychographic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investor PT Royal Assetindo Batam secara simultan. Dengan dibantunya dalam mendapatkan informasi dan gaya hidup investor yang tinggi akan membuat investor berperilaku *agressive*, sehingga akan meningkatkan kuantitas transaksi.

Saran

Setelah menarik kesimpulan terhadap penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diperuntukan kepada pihak PT Royal Assetindo sebagai berikut :

1. Penggunaan e-trade sebenarnya sudah sangat membantu dalam kegiatan transaksi *trading*, akan tetapi perlu diperhatikan lagi mengenai tataletak dan tampilan agar lebih menarik lagi.
2. Gaya hidup dari para investor sudah baik, tetapi agar lebih baiknya diadakan pelatihan dan motivasi yang lebih banyak lagi agar semangat bertransaksi juga akan bertambah.
3. Perilaku investor agar di arahkan ke *agressive*, agar lebih berani mengambil resiko lagi yang akan menambah peluang keuntungan untuk investor itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2002), *Prosedur Penelitian*, PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ashari & Santosa, Purbaya Budi. (2005). *Analisis statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Andi. Yogyakarta
- Ghazali, E. dan Othman, M.N., (2004), Demographic and Psychographic Profile of Active and Passive Investors of KLSE : A Discriminant Analysis, *Asia Pacific Management Review*, No:9(3), 391-413
- Ghozali, Imam, (2002). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jogiyanto. (2009). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Yogyakarta
- Jogiyanto, (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*. BPFE-YOGYAKARTA. Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kumar, Rohit Vishal and Amitava Sarkar. (2008). Psychographic Segmentation of India Urban Consumers. *Journal of the Asia Pacific Economy* Vol. V (3)
- Mardiyanto, Handono. (2009). *Inti Sari Manajemen Keuangan*. PT GRASINDO. Jakarta

- Mowen, J.C., M. Minor. (2006). *Consumer Behavior*, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Riduwan, 2008. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. ALFABETA. Bandung.
- Santoso, Singgih. (2009). *Panduan Lengkap Menguasai STATISTIK dengan SPSS 17*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta
- Simarmata, Janner. (2010). *Rekayasa Web*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono, (2006). *STATISTIKA untuk PENELITIAN*. ALFABETA. Jawa Barat
- Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA. Bandung
- Suhari, Trinugroho, Rahardia, dan Ivada. (2011). *Psychographic and Investor Behavior in Indonesia. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research Business*. Volume 2, No 11
- Suharyadi dan Purwanto SK, (2004), *Metodologi Penelitian*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Tandelilin, Eduardus. (2010), *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Umar, Husein. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Rajawali Pers. Jakarta.
- Wijaya, T. (2009). *Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS*, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta
- Zuryati. 2005. *Metode Penelitian Statistika*. Remaja Rosda Karya, Bandung.