

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Populasi dan Sampel

Dalam suatu penelitian, penentuan populasi dan sampel sangat penting. Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Dalam penelitian ini subyeknya adalah emiten yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)*. Dimana pengkajian ulang saham dalam JII dilakukan setiap enam bulan sekali (semesteran) dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan Januari dan Juli setiap tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha emiten akan dimonitoring secara terus menerus berdasarkan data-data publik yang tersedia.

Jumlah populasi yang terdaftar di JII sebanyak 30 saham tiap semesternya. Adapun teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan tidak dilakukan pada seluruh populasi, tapi terfokus pada target. *Purposive sampling* artinya bahwa penentuan sampel mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap obyek yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini penelitian dilakukan pada emiten yang terdaftar di JII. Teknik pengambilan sampel ini dipakai dengan tujuan untuk lebih memenuhi keterwakilan sampel yang diambil terhadap populasi.

3.1.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan dari kedua sumber data tersebut, yaitu:

- a) Data primer, adalah data yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan penyelidikan yang sedang ditangani. Data ini dikumpulkan secara langsung dari lapangan, yang diperoleh dengan cara melakukan pengamatan, survei serta wawancara atau memberi daftar pertanyaan. Pada penelitian ini, data primer dikumpulkan berdasarkan jawaban atas pertanyaan yang diajukan peneliti melalui interview. Serta berdasarkan jawaban responden atas daftar pertanyaan yang diajukan peneliti melalui pengisian daftar pertanyaan (kuisisioner). Daftar pertanyaan berisi persepsi emiten tentang indeks harga saham dimana saham mereka terdaftar (JII), kepuasan emiten, dan perilaku minat purna terdaftar pada JII.
- b) Data sekunder, adalah data yang digunakan untuk tujuan lain, bukan dengan tujuan menyelesaikan masalah yang sedang ditangani saat ini. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan adalah data statistik BEI berupa data DER. Data tersebut diambil dari Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) BEI. Data sekunder juga meliputi data penelitian yang telah dipublikasikan, berbagai literatur yang berkaitan dengan topik penelitian seperti buku, jurnal, tesis, artikel, internet dan lain sebagainya.

3.2 Pelaksanaan Penelitian

Sebagai tindak lanjut dari Desain Penelitian yang telah dirancang, maka tahap berikutnya adalah tahap pelaksanaan dari desain tersebut. Di mana desain penelitian yang berisi metode penelitian, metode pengumpulan data, serta metode pengolahan dan analisis data merupakan tahap perencanaan penelitian. Tahap pelaksanaan penelitian ini terbagi dalam tahapan berikut:

1. Tahap Studi Eksplorasi (Observasi)

Observasi adalah teknik yang digunakan sebagai pelengkap untuk mengetahui kondisi dan situasi pada perusahaan yang sahamnya terdaftar di JII. Pada tahap ini diperlukan pengumpulan data sekunder dengan mengumpulkan beberapa bahan dan informasi umum tentang JII dan daftar emitenya. Dari proses ini diperoleh sampel perusahaan yang dijadikan

objek penelitian pada Tabel 3.1. Pada sampel penelitian akan disebarakan kuisisioner serta dilakukan pengumpulan data DER untuk periode tahun 2002 sampai dengan tahun 2006.

2. Tahap Desain Kuisisioner

Kuisisioner adalah seperangkat pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada responden. Kuisisioner ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi secara tertulis dari responden (emiten yang terdaftar di JII) berkaitan dengan tujuan penelitian. Kotler (2004: 11), menyatakan bahwa merek yang hebat adalah jalan satu-satunya untuk mempertahankan laba di atas rata-rata secara terus-menerus. Dan merek hebat juga menghasilkan keuntungan emosional, bukan hanya keuntungan yang bersifat rasional.

Berdasarkan Zboja dan Clay (2006), bahwa berdasarkan penelitian terhadap persepsi pelanggan pada merek, terdapat keterkaitan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Baik dari segi kepercayaan, kepuasan, maupun minat pelanggan untuk kembali menggunakan merek yang sama.

Pada penelitian ini kuisisioner yang digunakan mengacu pada kuisisioner Zboja dan Clay (2006). Dengan menganalogikan JII sebagai merek, dan emiten sebagai pelanggan. Dengan penyesuaian pada butir-butir pertanyaan kuisisioner.

Isian mengenai aspek kepuasan konsumen dan perilaku minat purna terdaftar pada JII menggunakan penilaian dengan skala Likert. Para responden diminta menjawab pertanyaan mengenai bagaimana tingkat kepuasan mereka terhadap JII berdasarkan penyusunan skala 1 sampai 6, yakni dari sangat tidak setuju atas pernyataan yang ada sampai dengan sangat setuju. Penyusunan skala juga diterapkan pada aspek perilaku minat purna terdaftar pada JII.

Tabel 3.1 Daftar perusahaan yang jadi sampel penelitian

NO	PERUSAHAAN
AGRICULTURE	
1	Dharma Samudera
MINING	
2	Apexindo Pratama Duta
3	Medco Energi International
4	International Nickel Indonesia
5	Central Korporindo International
BASIC INDUSTRY & CHEMICALS	
6	Asahimas Flat Glass
7	Dynaplast
8	Trias Sentosa
9	Barito Pacific Timber
MISCELLANEOUS INDUSTRY	
10	Astra Otoparts
11	Ever Shine Textile
12	Indorama Syntetics
CONSUMER GOODS INDUSTRY	
13	Smart
14	Ultra Jaya Milk
15	Indofarma
16	Kalbe Farma
17	Kimia Farma
18	Tempo Scan Pacifik
PROPERTY, REAL ESTATE, & BUILDING CONSTRUCTION	
19	Ciputra Surya
20	Summarecon Agung
INFRASTRUCTURE, UTILITIES, & TRANSPORTATION	
21	Citra Marga Nusaphala Persada
22	Berlian Laju Tanker
TRADE, SERVICES, & INVESTMENT	
23	Enseval Putra Megatrading
24	Anta Express Tour & Travel Service
25	Astra Graphia
26	Limas Centric Indonesia
27	Metrodata Electronics
28	Multipolar
29	Bakrie & Brothers
30	Palm Asia Corpora

Sumber: Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) BEI.

3. Tahap Wawancara (Interview)

Interview adalah suatu proses memperoleh informasi untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan responden maupun pihak yang terkait (Bapepam-LK,

DSN-MUI, DIM, dan BEI). Teknik ini digunakan untuk mencari data yang belum terjawab dalam angket atau jawaban yang masih diragukan.

Berdasarkan Sekaran (2006: 67), salah satu metode pengumpulan data adalah mewawancara responden untuk memperoleh informasi mengenai isu yang diteliti. Wawancara bisa terstruktur atau tidak terstruktur, dan dilakukan secara tatap muka, melalui telepon, atau *online*.

Pada penelitian ini dilakukan wawancara terstruktur, yakni wawancara yang diadakan ketika diketahui pada permulaan, informasi apa yang diperlukan (Sekaran, 2006: 70). Wawancara dilaksanakan baik secara langsung (tatap muka), melalui telepon, serta dengan email.

Berdasarkan Sekaran (2006: 77):

a) Wawancara tatap muka

Kelebihan wawancara tatap muka adalah bahwa peneliti dapat menyesuaikan pertanyaan sesuai kebutuhan, mengklarifikasi keraguan, dan memastikan bahwa respons dipahami dengan tepat, dengan mengulangi atau mengatakan kembali pertanyaan. Peneliti juga dapat melihat isyarat non-verbal dari responden. Semua ketidaknyamanan, stres, atau masalah yang responden alami bisa dideteksi melalui kerut dahi, ketukan gugup, dan bahasa tubuh lainnya yang secara tidak sadar ditunjukkan oleh responden. Hal tersebut mustahil dideteksi dalam wawancara telepon.

Kekurangan utama wawancara tatap muka adalah keterbatasan geografis yang menghalangi survei dan sumber daya yang sangat banyak yang diperlukan jika survei tersebut dilaksanakan secara nasional atau internasional.

b) Wawancara telepon

Kelebihan utama wawancara telepon, dari sudut pandang peneliti, adalah bahwa sejumlah orang yang berbeda dapat dicapai (jika perlu, di seluruh negeri atau bahkan secara internasional) dalam periode waktu yang relatif singkat. Dari titik pandang responden, hal tersebut akan menghilangkan semua ketidaknyamanan yang beberapa dari

Universitas Indonesia

mereka mungkin rasakan ketika menghadapi responden. Mungkin juga bahwa kebanyakan dari mereka akan merasa lebih nyaman mengungkapkan informasi pribadi melalui telepon dibanding tatap muka.

Kekurangan utama wawancara melalui telepon adalah bahwa responden bisa mengakhiri wawancara tanpa peringatan atau penjelasan, dengan mengakhiri telepon.

c) Wawancara dengan bantuan komputer

Wawancara dengan bantuan komputer dikarenakan adanya teknologi modern, memungkinkan pertanyaan dikirim ke dalam layar komputer antar pewawancara dan responden. Dalam hal ini yang dimaksud wawancara dengan bantuan komputer adalah dengan pengiriman *email*.

3.3 Teknik Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, dibagikan kuisisioner yang disusun dalam kalimat-kalimat pertanyaan. Responden diminta memberikan tanggapannya dengan memilih salah satu jawaban. Jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan dan diukur menggunakan skala Likert., yaitu skala yang berhubungan dengan pernyataan sikap seseorang terhadap sesuatu.

Masing-masing variabel dalam penelitian ini, diukur dengan menggunakan skala Likert enam poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = kurang setuju, 4 = cukup setuju, 5 = setuju, dan 6 = sangat setuju.

1. Variabel Terikat

Sebagai variabel terikat (*dependent variable*) pada penelitian ini adalah tingkat kepuasan emiten dan perilaku minat kembali terdaftar pada JII. Maksud dari kepuasan emiten di sini adalah suatu penilaian yang diberikan oleh emiten setelah terdaftar pada JII. Penilaian kepuasan yang dilakukan emiten mengacu pada penilaian tentang apa yang dirasakan oleh emiten pada saat terdaftar pada JII. Sementara yang dimaksud dengan perilaku minat

Universitas Indonesia

purna terdaftar pada JII adalah merupakan kecenderungan apakah emiten ingin kembali terdaftar pada JII.

2. Variabel Bebas

Sebagai variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah JII sebagai indeks harga saham tempat dimana saham-saham terdaftar.

3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data

a. Teknik Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan obyek penelitian, menguraikan hasil tabulasi, melihat kecenderungan pemusatan dan perhitungan dengan rumus statistik deskriptif lainnya.

b. Teknik Analisis Statistik Inferensial

Alat analisis yang digunakan dalam pengujian hubungan variabel-variabel penelitian adalah Korelasi Spearman rho. Korelasi Spearman rho digunakan karena instrumen penelitian berupa angket/kuesioner dibuat dalam bentuk skala Likert sehingga data yang dihasilkan adalah data ordinal. Menurut Santoso (2004), variabel data ordinal dapat diuji dengan menggunakan analisis korelasi Spearman rho. Analisis korelasi Spearman rho diolah menggunakan program statistik SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 15.00 *for Windows* untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan.

Proses analisis Korelasi Spearman rho dilakukan sebagai berikut (Santoso, 2004):

- 1) Melakukan proses ranking untuk setiap variabel
Hasil skor pada kuisisioner untuk variabel (X) dan (Y) dilakukan proses ranking dengan bantuan tabel sebagai berikut :

X	Y	Ranking X	Ranking Y
Data X ₁	Data Y ₁	Rank X ₁	Rank Y ₁
.	.	.	.
.	.	.	.
.	.	.	.
Data X _i	Data Y _i	Rank X _i	Rank Y _i

- 2) Dilakukan perhitungan selisih antara ranking X dan ranking Y dan kuadrat selisihnya sebagai berikut :

Rank X	Rank Y	D = Rank X _i – Rank Y _i	D ²
Rank X ₁	Rank Y ₁	D ₁	D ₁ ²
.	.	.	.
.	.	.	.
.	.	.	.
Rank X _i	Rank Y _i	D _i	D _i ²

- 3) Perhitungan koefisien Korelasi Spearman dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

r : Koefisien Korelasi Spearman

d_i : kuadrat selisih ranking X dan Y

n : jumlah sampel

Untuk mengetahui tentang arti koefisien kolerasi antara dua variabel yang dianalisis, sebagai pegangan arti “ r ” tersebut adalah sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2006) sebagai berikut :

Tabel 3.2 Arti Koefisien Korelasi

Nilai r	Keterangan
0 - 0,20	Lemah sekali (sangat longgar)
$\geq 0,20$ - $< 0,40$	Lemah (longgar)
$\geq 0,40$ - $< 0,70$	Cukup erat (moderat)
$\geq 0,70$ - $< 0,90$	Erat
$\geq 0,90$ - 1	Sangat erat

Sumber: Sugiyono (2006)

Uji Hipotesis

Untuk melihat pengaruh variabel bebas secara terhadap variabel terikat, pembuktian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan ρ value yaitu 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari ρ value, maka hipotesis nol ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

c. Uji Validasi dan Reliabilitas dan Alat Ukur

Berdasarkan Lupiyoadi (2001:201), uji validitas dan reliabilitas alat ukur dilakukan untuk memastikan instrumen tersebut merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya.

1. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana status alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang ingin dicari secara tepat. Valid tidaknya status instrumen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi antar skor item dengan skor totalnya, item-item yang tidak berkorelasi secara signifikan dinyatakan gugur.

Sementara itu, jenis validitas pengukuran dalam penelitian ini terkait dengan validitas konstruksi (*construct validity*). Validitas konstruksi ini lebih terarah pada pertanyaan mengenai apa yang sebenarnya diukur oleh alat pengukur yang ada. Dengan kata lain, validitas konstruksi berkaitan dengan pengertian, kegunaan atau manfaat, dan asosiasi variabel-variabel terukur atau teramati tersebut dengan sebuah variabel tidak terukur atau lebih yang menjadi sasaran utama, yang secara teoritis dinyatakan mempunyai asosiasi.

Validitas pengukuran tersebut dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation* tampilan SPSS uji reliabilitas, atau secara manual dapat menggunakan rumus indeks korelasi Pearson.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas atribut yang dicari

n= Jumlah responden

X= Skor responden untuk tiap atribut

Y= Skor total tiap responden dari seluruh atribut.

Corrected Item-Total Correlation adalah korelasi antar item bersangkutan dengan seluruh item sisa lainnya. Secara umum jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,2 maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid (Marija J. dalam Lupiyoadi, 2001).

2. Uji Reliabilitas

Sedangkan reliabilitas menunjukkan sejauh mana status hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran terhadap aspek yang sama pada alat ukur yang sama atau disebut juga *Internal Consistency Reliability*.

Pada penelitian ini, uji reliabilitas yang akan digunakan adalah dengan menggunakan Cronbach Alpha. Statistik ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran yang dibuat reliabel. Jika nilai Cronbach Alpha mendekati 1, ini menunjukkan bahwa pengukuran yang digunakan reliabel atau jawaban responden akan cenderung sama walaupun diberikan kepada responden dan bentuk pertanyaan yang berbeda. Sebuah instrumen dianggap telah memiliki tingkat keandalan yang dapat diterima, jika nilai koefisien reliabilitas yang terukur adalah lebih besar atau sama dengan 0,6.

Cronbach Alpha dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\alpha = \frac{k\bar{r}}{1 + (k-1)\bar{r}}$$

dengan \bar{r} adalah rata-rata korelasi antar item dan k adalah jumlah item.

Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian