

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INVESTOR MEMILIH SAHAM SYARIAH (STUDI PADA GALERI INVESTASI DI SAMARINDA)

Yurdi Maulidani

Pascasarjana UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

Email: yurdi.maulidani@gmail.com

Abstract

The background of this research was to see the development of good stock transactions in Samarinda. Currently, Samarinda had 5 mediators to conduct stock transactions called the Investment Gallery. Basically the development of stock transactions was in line with the development of sharia shares in Indonesia. Investors are free to determine their decisions, choose sharia or non-sharia shares and the majority determines decisions on sharia shares which are based on the growth of sharia share transactions on the Indonesia Stock Exchange. The population in this research were all investors who had been registered in the Investment Gallery in Samarinda. The sampling technique used random sampling. The variables in this study were Religiosity Factors (X1), Cultural Factors (X2), Social Factors (X3), Personal Factors (X4), Psychological Factors (X5) and Investor Decisions (Y). Data collection techniques used observation, interviews and questionnaires. Test instrument used validity test (product moment) and reliability test (Cronbach Alpha) and classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test). Method of descriptive data analysis used multiple linear regression, F test and t test. The results of the research showed that (1) the religiosity variable did not significantly influence investors' decision to choose sharia shares with tcount of 1.787 < 0.05. (2) Cultural variables affect the decisions of investors to choose sharia shares with tcount 1.990 > ttable 1.988 and the significance value was 0.05 ≤ 0.05. (3) Social variables had no effect on investor decisions in choosing sharia shares with tcount 0.908 < 0.05. (4) Personal variables had no influence on investors' decisions in choosing sharia shares with tcount 0.393 < 0.05. (5) Psychological variables affect the decisions of investors in choosing sharia shares with tcount 4.316 > ttable 1.988 and a significance value of 0.00 ≤ 0.05. (6) There was a positive and significant influence of religious, cultural, social, personal and psychological factors simultaneously on the decisions of investors in choosing sharia shares with a Fcount of 51.499 > Ftable 2.32 and a significance value of 0.00.

Keyword: *pengaruh investor, investasi dan saham syariah,*

Pendahuluan

Pasar modal merupakan sarana atau wadah untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli. *Capital market is the market longer-term debt and equity instrument are*

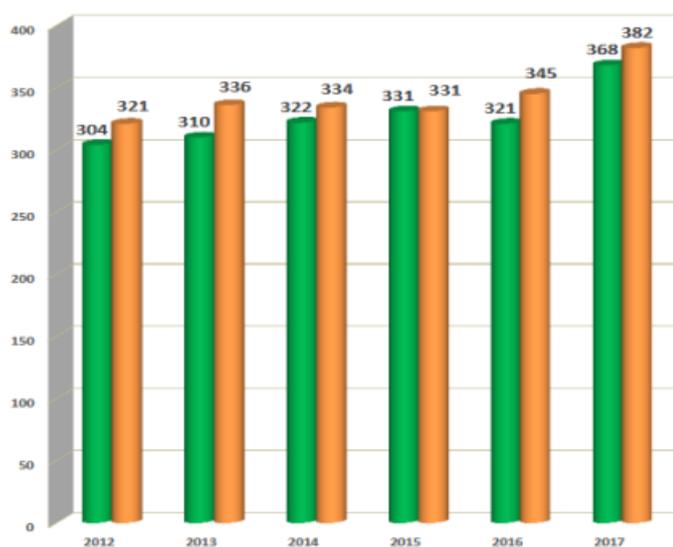
Sitasi Artikel: Yurdi Maulidani. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investor Memilih Saham Syariah (Studi Pada Galeri Investasi Di Samarinda). Nusantara Interdisciplinary Journal of Education Studies and Society, 1(1). Retrieved from <https://journalweb.org/ojs/index.php/NIJESS/article>.

● Submitted: 10-01-2024 ● Revisi: 20-02-2024 ● Diterima: 01-03-2024

traded. Namun penjual dan pembeli disini adalah penjualan dan pembelian instrumen keuangan dalam kerangka investasi.

Pada 12 Mei 2011 BEI meluncurkan produk layanan syariahnya berupa Indeks Saham Syariah Indonesia ISSI sebagai tindak lanjut dari pembentukan Daftar Efek Syariah (DES) oleh Bapepam dan LK pada November 2007. Peluncuran ISSI diperlukan sebagai pengembangan untuk menggambarkan kinerja seluruh saham syariah yang terdaftar dalam BEI. Dengan adanya ISSI masyarakat tidak lagi salah paham terhadap dimana semula pemikiran saham syariah yang dimiliki Indonesiahanya berjumlah 30 saham yang termasuk dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) saja ternyata masih banyak saham syariah lainnya. Hal ini menjadi fenomena menarik yang membuktikan bahwa di Indonesia juga turut andil dalam mendukung kebangkitan ekonomi Islam di dunia.

Jumlah Saham Syariah Dalam Daftar Saham Syariah (DES)



Sumber: OJK⁹

1. DES periode I tahun 2017 ditetapkan melalui Surat Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor KEP-19/D.04/2017 tentang Daftar Efek Syariah, yang berlaku 1 Juni 2017 sampai dengan 30 November 2017. 2.
2. DES periode II tahun 2017 ditetapkan melalui Surat Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor KEP-59/D.04/2017 tentang Daftar Efek Syariah, yang berlaku 1 Desember 2017 sampai dengan 31 Mei 2018.

Pada 15 September 2017, Media Trans TV CNN News Indonesia memberikan informasi terkait perkembangan saham syariah di BEI, bahwa rata-rata pertumbuhan transaksi saham syariah 70,7% dibandingkan saham nonsyariah 25,4% dengan frekuensi 185,7%. Rata-rata komposisi jumlah transaksi saham syariah 62% dan nilai transaksi saham di BEI dilakukan di saham syariah 56%.

Perkembangan pada investasi saham saat ini mulai berkembang diberbagai wilayah termasuk kota Samarinda. Saat ini di kota Samarinda terdapat 5 Galeri Investasi (GI) pada Perguruan Tinggi baik swasta maupun negeri. Program GI dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan para calon investor dalam melakukan transaksi investasi khususnya saham.

Berdasarkan pada keputusan investor dalam memilih saham penulis tertarik untuk meneliti faktor yang mempengaruhi investor dalam memilih saham khususnya saham syariah. Karena melihat perkembangan saham syariah yang terus berkembang hingga sekarang. Oleh karena itu penulis ingin meneliti faktor yang mempengaruhi keputusan investor dengan menggunakan variabel menurut Kotler dan penulis juga menggabungkan teori perilaku konsumen muslim sebagai variabel pada penelitian ini. Dengan demikian, penulis mengambil judul penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Investor Memilih Saham Syariah (Studi pada Galeri Investasi di Samarinda).

Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen yaitu menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengonsumsi, dan menghabiskan produk. Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, oleh siapa, dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi juga termasuk variabel-variabel yang tidak dapat diamati seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana mereka mengevaluasi alternatif, dan apa yang mereka rasakan tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Factors influencing the purchases of consumer such as social, cultural, economic, personal and psychological. Menurut Philip Kotler faktor-faktor yang menjadi indikator perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Faktor kebudayaan, diantaranya yaitu kebiasaan, sub-budaya, dan kelas sosial
- b. Faktor sosial, diantaranya yaitu kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status
- c. Faktor pribadi, diantaranya yaitu umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep hidup.
- d. Faktor psikologi, diantaranya yaitu motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Teori Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku konsumen atau dalam kajian keislaman disebut perilaku konsumsi. Perilaku konsumsi sejatinya teori yang dikembangkan dari muara pemahaman dan rasionalisme ekonomi dan *utilitarianisme*. Kapitalis. Rasionalisme ekonomi menafsirkan perilaku manusia sebagai sesuatu yang dilandasi dengan perhitungan akan arah pandangan kedepan dengan persiapan akan keberhasilan ekonomi (materil), sedangkan utilitarianisme ditafsirkan sebagai sesuatu yang berlandaskan pada nilai dan sikap norma.

Beberapa teori mengenai faktor perilaku konsumen muslim adalah pada teori konsumsi, keputusan seorang muslim dalam menentukan keputusan pembelian tergantung pada prinsip konsumsi yang diatur dalam Islam diantaranya:

- a. Konsep Berkah / Keberkahan
- b. Konsep Konsumsi Sosial
- c. Konsep Kemanfaatan (*maslahah*)
- d. Halal dan Haram
- e. Religiusitas (Nilai-Nilai Keagamaan)

Keputusan

Menurut G.R Terry dikutip Ibnu Syamsi menjelaskan bahwa pengambilan keputusan sebagai pilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin. Pengambilan keputusan merupakan bagian penting dari aktifitas individual maupun bisnis. Pengambilan keputusan merupakan pilihan-pilihan dari dua atau lebih alternatif. Pengambilan keputusan selain mengarahkan terhadap pencapaian tujuan, juga setiap pengambilan keputusan melibatkan sejumlah resiko, jika keputusan yang diambil kurang tepat.

Decision theory is the study of principles and algorithms use for making decision. This is achieved by identifying values, uncertainties and other things that might influence the decision.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pengambilan keputusan adalah cara untuk memilih suatu pilihan dengan beberapa pertimbangan disertai konsekuensi yang akan di dapat pada saat menentukan pilihan.

Investasi Saham Syariah

Pandangan Islam tentang investasi adalah sangat penting dan perlu persiapan, hal ini tersirat dalam al-Qur'an surat al-Hasyr 18 yang menyeru orang-orang beriman agar mempersiapkan diri untuk hari esok (لِغَدٍ) salah satu persiapan itu kalau dilihat dari perspektif ekonomi adalah investasi. Makna lafadz (لِغَدٍ) berarti besok pagi, lusa (*future*).

Saham syariah adalah sertifikat yang menunjukkan bukti kepemilikan suatu perusahaan yang diterbitkan oleh emiten yang kegiatan usaha maupun cara pengelolannya tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif menurut Sugiyono adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh investor yang telah terdaftar di Galeri Investasi di kota Samarinda yang berjumlah 786 investor. Dalam mengukur sampel menggunakan rumus *slovin* dengan taraf kesalahan 5% diperoleh sampel 89 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling.

Uji instrument menggunakan uji validitas (*product moment*) dan uji reliabilitas (*Alpha Cronbach*) serta uji asumsi klasik (uji normalitas), uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi). Metode Analisis data deskriptif dengan menggunakan regresi linier berganda, uji F dan uji t.

Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Keabsahan Data

Penulis menggunakan 30 responden sebagai uji coba dalam pengujian ini. Item kuesioner bisa dikatakan valid apabila memiliki koefisien validitas di atas 0,300 (*r*-kritis) atau *r*-tabel 0,361. Adapun hasil uji validitas pada kuesioner untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas pada Variabel Budaya

Item Pernyataan	Correlation	r-kritis	Kriteria
Pernyataan 9	0,833	0,300	Valid
Pernyataan 10	0,805	0,300	Valid
Pernyataan 11	0,743	0,300	Valid
Pernyataan 12	0,799	0,300	Valid
Pernyataan 13	0,681	0,300	Valid
Pernyataan 14	0,699	0,300	Valid

Sumber: Data yang diolah

Hasil Uji Validitas pada Variabel Sosial

Item Pernyataan	Correlation	r-kritis	Kriteria
Pernyataan 15	0,783	0,300	Valid
Pernyataan 16	0,821	0,300	Valid
Pernyataan 17	0,709	0,300	Valid
Pernyataan 18	0,658	0,300	Valid

Sumber: Data yang diolah

Hasil Uji Validitas pada Variabel Pribadi

Item Pernyataan	Correlation	r-kritis	Kriteria
Pernyataan 19	0,511	0,300	Valid
Pernyataan 20	0,651	0,300	Valid
Pernyataan 21	0,745	0,300	Valid
Pernyataan 22	0,722	0,300	Valid

Sumber: Data yang diolah

Hasil Uji Validitas pada Variabel Psikologis

Item Pernyataan	Correlation	r-kritis	Kriteria
Pernyataan 23	0,464	0,300	Valid
Pernyataan 24	0,839	0,300	Valid
Pernyataan 25	0,631	0,300	Valid
Pernyataan 26	0,725	0,300	Valid
Pernyataan 27	0,608	0,300	Valid
Pernyataan 28	0,662	0,300	Valid

Sumber: Data yang diolah

Hasil Uji Validitas pada Variabel Keputusan

Item Pernyataan	Correlation	r-kritis	Kriteria
Pernyataan 1	0,917	0,300	Valid
Pernyataan 2	0,913	0,300	Valid

Sumber: Data yang diolah

Uji reliabilitas dilakukan pada semua pernyataan yang telah diuji kevalidannya dan dinyatakan valid. Jadi, apabila hasil *cronbach's alpha* pada pengujian reliabilitas >

Hasil Uji Validitas pada Variabel Religiusitas

Item Pernyataan	Correlation	r-kritis	Kriteria
Pernyataan 1	0,495	0,300	Valid
Pernyataan 2	0,485	0,300	Valid
Pernyataan 3	0,585	0,300	Valid
Pernyataan 4	0,416	0,300	Valid
Pernyataan 5	0,667	0,300	Valid
Pernyataan 6	0,608	0,300	Valid
Pernyataan 7	0,449	0,300	Valid
Pernyataan 8	0,660	0,300	Valid

Sumber: Data yang diolah

0,600 (r-kritis) maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel). Hasil pengujian reabilitas yang telah penulis lakukan adalah sebagai berikut :

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r-Kritis	Kriteria
Religiusitas	0,722	0,600	Reliabel
Budaya	0,787	0,600	Reliabel
Sosial	0,795	0,600	Reliabel
Pribadi	0,756	0,600	Reliabel
Psikologis	0,669	0,600	Reliabel
Keputusan	0,901	0,600	Reliabel

Sumber: Data yang diolah

2. Hasil Analisis Data

a. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.954	.723		-2.702	.008
	Religiusitas	.068	.038	.176	1.787	.078
	Budaya	.071	.036	.179	1.990	.050
	Sosial	.040	.044	.076	.908	.367
	Pribadi	.027	.069	.045	.393	.695
	Psikologis	.227	.053	.479	4.316	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.45, maka dapat dibuat persamaan umum regresi linier berganda yang penulis gunakan yaitu sebagai berikut: $Y = -1.954 + 0,068X_1 + 0,071X_2 + 0,040X_3 + 0,027X_4 + 0,227X_5$.

b. Uji Hipotesis

Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	255.319	5	51.064	51.499	.000 ^a
	Residual	82.299	83	.992		
	Total	337.618	88			

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Sosial, Budaya, Religiusitas, Pribadi

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai Fhitung sebesar 51,499 dan dengan signifikansi 5%, jumlah sampel 89, dengan 5 variabel ($K=5$), maka diperoleh nilai Ftabel sebesar 2,32. Jadi, Fhitung 51,499 > Ftabel 2,32, berarti variabel religiusitas, budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Dengan demikian, perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan investor dalam memilih saham syariah dan H_0 diterima.

Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.954	.723		-2.702	.008
	Religiusitas	.068	.038	.176	1.787	.078
	Budaya	.071	.036	.179	1.990	.050
	Sosial	.040	.044	.076	.908	.367
	Pribadi	.027	.069	.045	.393	.695
	Psikologis	.227	.053	.479	4.316	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 16.0

Hasil uji t pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel religiusitas (X_1) diperoleh sebesar $0,07 > 0,05$ atau thitung $1,787 < ttabel 1,988$. Dari hasil pengujian berarti bahwa variabel faktor religiusitas (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah dengan hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak.

Variabel faktor budaya (X_2) diperoleh nilai signifikansi $0,05 \leq 0,05$ atau thitung $1,990 > ttabel 1,988$. Maka berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa faktor budaya (X_2) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah.

Pada variabel sosial (X_3) diperoleh nilai signifikansi $0,36 > 0,05$ atau thitung $0,908 < ttabel 1,988$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa faktor sosial (X_2) secara parsial memiliki pengaruh yang positif namun tidak secara signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah dengan hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak.

Variabel faktor pribadi (X4) diperoleh nilai signifikansi $0,69 > 0,05$ atau thitung $0,393 < t_{tabel} 1,988$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa faktor pribadi (X4) secara parsial memiliki pengaruh yang positif akan tetapi tidak signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah dengan hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak.

Variabel faktor psikologis (X5) diperoleh nilai signifikansi $0,00 \leq 0,05$ atau thitung $4,316 > t_{tabel} 1,988$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa faktor psikologis (X5) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan secara berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.870 ^a	.756	.742	.996	1.650

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Sosial, Budaya, Religiusitas, Pribadi

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.48 maka diperoleh nilai R Square 0,756, berarti hubungan variabel independen dengan variabel dependen adalah sebesar 75,6%. Jika di masukkan pada interpretasi maka kesimpulan variabel pada penelitian kali ini adalah Tinggi, yaitu 49% hingga 80%.

Nilai Adjusted R Square pada tabel sebesar 0,742, hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen adalah sebesar 74,2%, sedangkan sisanya yaitu 25,8% diterangkan oleh variabel atau faktor lainnya.

Diskusi

Hasil pengujian pada variabel faktor religiusitas terhadap keputusan investor dalam memilih saham syariah secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Uji t pada variabel faktor religiusitas menunjukkan nilai signifikansi 0,07 di atas dari 0,05 yang menyatakan tidak berpengaruh secara signifikan. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Dharma Tuah Putra Nasution dan Yossie Rossanty yang menunjukkan bahwa faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian, dengan hasil thitung $3,680 > t_{tabel} 1,659$ atau signifikansinya $0,00 < 0,05$.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah bahwa mulai dari pengetahuan hingga praktik keagamaan bukan merupakan hal utama dalam mempengaruhi keputusan para investor Galeri Investasi dalam memilih saham syariah sebagai media investasi mereka karena berdasarkan data yang diperoleh adalah bahwa mayoritas responden adalah merupakan investor yang pembukaan Account yang bersifat umum bukan account yang bersifat syariah. Artinya adalah bahwa investor memiliki peluang untuk memilih saham non syariah. Sehingga religiusitas memiliki nilai pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan

Hasil pengujian pada variabel faktor budaya terhadap keputusan investor dalam memilih saham syariah secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan. Karena, Uji t pada variabel faktor budaya menunjukkan nilai signifikansi 0,05 yang sama dengan 0,05 yang menyatakan berpengaruh secara signifikan. Kemudian diperjelas dengan thitung $1,990 > t_{tabel} 1,988$ yang menyatakan berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Muhammad Syaifudin yang menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Dibuktikan dengan perhitungan uji thitung $7,051 > t_{tabel} 1,967$ dengan taraf signifikansi di bawah 0,05.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa budaya yang berkembang, kelompok keagamaan yang diikuti ataupun komunitas, memberikan kontribusi yang berpengaruh kepada para investor Galeri Investasi dalam mengambil keputusan untuk menjadikan saham syariah sebagai sarana dalam berinvestasi. Hal ini karena melihat dari perkembangan saham yang baik dan peningkatan yang baik menjadikan system syariah di minati.

Hasil pengujian pada variabel faktor sosial terhadap keputusan investor dalam memilih saham syariah secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Karena, Uji t pada variabel faktor sosial menunjukkan nilai signifikansi 0,36 lebih besar dari 0,05 yang menyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Isthia Melinda Surya Djoka pada tahun 2017 bahwa faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,278, nilai ini lebih besar dari 0,05. Berarti faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa teman, keluarga atau bahkan lingkungan sekitar tidak memiliki kontribusi yang kuat untuk mempengaruhi tindakan pengambilan keputusan dalam pembelian saham syariah. Hal ini terjadi karena masyarakat disekitar belum banyak yang bertransaksi saham, sehingga membuat informasi dari individu ke individu yang lain tidak maksimal.

Hasil pengujian pada variabel pribadi terhadap keputusan investor dalam memilih saham syariah secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Karena, Uji t pada variabel faktor pribadi menunjukkan nilai signifikansi 0,69 lebih besar dari 0,05 yang menyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindy Liffie Maleke bahwa faktor pribadi tidak berpengaruh secara signifikan. Karena nilai thitung 0,081 lebih kecil dari nilai $t_{tabel} 1,660$, sehingga dinyatakan bahwa faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah bahwa kehidupan pribadi investor, mulai dari sisi umur, pekerjaan bahkan gaya hidup para investor bukanlah merupakan hal menjadi tolak ukur bagi investor dalam pengambilan keputusan untuk mereka memilih saham syariah, karena tidak adanya aktivitas pribadi yang bersangkutan langsung dengan transaksi efek tersebut

Hasil pengujian pada variabel faktor psikologis terhadap keputusan investor dalam memilih saham syariah secara parsial berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan uji t pada variabel faktor psikologis menunjukkan nilai signifikansi 0,00

lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yaitu 0,05. Hasil penelitian ini pun menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Randy Rindu Prada dan kawan-kawan yang menyatakan bahwa faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikasinya 0,032 yang lebih kecil dari 0,05 atau thitung $4,316 > t_{tabel} 1,988$. Sehingga dinyatakan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa motivasi, persepsi serta kepercayaan mereka dengan saham syariah menjadikan pertimbangan yang akurat dalam keputusan investor terhadap memilih saham syariah sebagai wadah yang tepat untuk menanamkan modal investasi. Hal ini sangat sejalan dengan tujuan investasi sendiri, yaitu memilah investasi dengan baik agar mendapatkan keuntungan. Tujuan utama investor adalah untuk mendapatkan keuntungan. Dan saham syariah merupakan investasi yang menguntungkan bagi investor.

Berdasarkan seluruh hasil pengujian yang telah penulis lakukan pada masing-masing variabel independen, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel faktor psikologis merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah, dengan berdasarkan pada hasil nilai thitung yang paling besar dari variabel independen lainnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji F yaitu $F_{hitung} 51,499 > F_{tabel} 2,32$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara keseluruhan berpengaruh terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel religiusitas (X1) yaitu diperoleh thitung 1,787 yang menunjukkan nilai positif, namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan (Y), karena nilai signifikansinya $0,078 > 0,05$. Disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel budaya (X2) yaitu diperoleh thitung 1,990 yang menunjukkan nilai positif dan secara signifikan berpengaruh terhadap variabel keputusan (Y), karena nilai signifikansinya $0,05 = 0,05$. Disimpulkan bahwa variabel budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel sosial (X3) yaitu diperoleh thitung 0,908 yang menunjukkan nilai positif, namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan (Y), karena nilai signifikansinya $0,367 > 0,05$. Disimpulkan bahwa variabel sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel pribadi (X4) yaitu diperoleh thitung 0,393 yang menunjukkan nilai positif, namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan (Y), karena nilai signifikansinya $0,695 > 0,05$. Disimpulkan bahwa variabel pribadi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel psikologis (X5) yaitu diperoleh thitung 4,316 yang menunjukkan nilai positif dan secara signifikan berpengaruh terhadap variabel keputusan (Y), karena nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$. Disimpulkan bahwa variabel psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah.

Berdasarkan kelima variabel independen tersebut, variabel factor psikologis memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan investor Galeri Investasi di Samarinda dalam memilih saham syariah. Hal ini ditunjukkan dengan thitung variabel factor psikologis lebih dari keempat variabel independen lainnya.

REFERENSI

- Ahmad Dahlan Malik, “Analisa Faktor–faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI”, dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2017.
- Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Ainun Jariah, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Lumajang”, dalam *Jurnal WIGA*, Vol. 2, No. 2, September 2012.
- Akuntansi Indonesia, “Perbandingan Saham Berbasis Syariah Dengan Saham Konvensional Sebagai Analisa Kelayakan Investasi Bagi Investor Muslim”, Dalam *Jurnal Vol.3 No.2 Juli 2014*.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, cet. ke-13, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Azwar, Saifuddin, *Reliabilitas dan Validitas*, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cet. 1, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Dedi Wahyudi dan Sri Prawita, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Sepeda Motor Harley Davidson”, dalam *Jurnal Ilman*, Vol. 1, No. 1, Februari 2014.
- Djoka, Itha Melinda Surya, “Analisis Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung”, dalam *Jurnal Administrasi Bisnis Fisip Unmul*, Vol. 5, No. 4, 2017.
- Eddi Priyono, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Kafe Di Kota Surakarta” dalam *Jurnal Benefit*, Vol. 10, No. 1, Juni 2006.
- Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif, untuk administrasi Publik, dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media, 2007.
- Fathor. A. S, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Beli (Studi Pada Konsumen Kosmetik di Banggkalan)”, dalam *Jurnal Investasi*, Vol. 7, No. 2, Desember 2011.
- Fatwa Dewan Syari’ah Nasional No: 40/DSN-MUI/X/2003.
- Fikri Indra Silmy,” Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertimbangan Investasi Saham Syariah”, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Frederic S Mishkin and Stanley G. Eakins, *Financial Markets and Institution*, Addison Wesley Publishing Company, 2000.
- Fikri Indra Silmy,” Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertimbangan Investasi Saham Syariah”, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Fikri Indra Silmy,” Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertimbangan Investasi Saham Syariah”, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Kurniati, “Teori Perilaku Konsumen

- Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam”, dalam Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. VI, No. 1, Juni 2016.
- Ghozali, Imam, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Hadi, Nor, Pasar Modal, Cet. 1, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Heykal, Mohamad, Tuntunan dan Aplikas Investasi Syariah, Jakarta: PT Gramedia, 2012.
- <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/sahamsyariah/Documents/Pages/Statistik-Saham-Syariah---Desember2017/StatistikSaham-2017.pdf> Diakses pada tanggal 12 Februari 2018 Pukul 14:38 WITA
- Ibnu, Syamsi, Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi, Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Kurniati, “Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam”, dalam Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol VI, No. 1, Juni 2016.
- M. Dharma Tuah Putra Nasution dan Yossie Rossanty, “Hubungan antara Religiusitas dan pengambilan keputusan membeli panganan halal dimoderasi oleh persepsi konsumen atas risiko” dalam Jurnal Ilmiah Research Sains FEB Universitas Pembangunan Pasca Budi Sumatera Utara, Vol. 2 No. 2, Juni 2016.
- Maleke, Cindy Liffie, ”Faktor Sosial, Pribadi Dan Spikologis Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Backberry Gemini Pada PT. Megamitra Makmur Sejahtera”, dalam Jurnal EMBA: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, Vol. 1, No. 3, September 2013.
- Maryam Temitayo Ahmed, and Habeeb Omotunde, “Theories And Strategies Of Good Decision Making”, International Journal of Scientific and Technology Research, Vol. 1, Issue 10, November 2012.
- Mudjiyono, “Investasi Dalam Saham, Obligasi Dan Meminimalisasi Risiko Sekuritas Pada Pasar Modal Indonesia”, dalam Jurnal STIE Semarang No. 2 Vol.4 Juni 2012.
- Randy Rindu Pradana, Lindawati, Ice Kamela, “Pengaruh Faktor Psikologis Dan Pesan Iklan Terhadap Keputusan Membeli Minuman Probiotik Merek Yakult Di Kota Padang”, dalam JEF Universitas Bung Hatta, Vol. 6, No. 2, April 2015.
- S, Fathor. A. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Beli (Studi Pada Konsumen Kosmetik di Bangkalan)”, dalam Jurnal Investasi, Vol. 7, No. 2, Desember 2011.
- Sakinah, “Investasi dalam Islam”, Dalam Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah STAIN Pamekasan Vol.1 No.2 Desember 2014.
- Suprihati Dan Wikan Budi Utami, “Analisis Faktor–faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo”, dalam Jurnal Paradigma, Vol. 1, No. 1, 2015.
- Syaifudin, Muhammad, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan”, dalam Jurnal EQUILIBRIUM: Ekonomi Syariah, Vol. 4, No. 2, 2016.

- TIM Dosen Ekonometrika Dan TIM Asisten Praktikum Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya Malang, Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika, 2015.
- Ulfa Yulfita, “Penilaian Harga Saham Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa efek Indonesia(Periode 2009-2011)”, dalam Jurnal Emba No. 3 Vol. 1 September 2013.
- Wahyu Mariaji, “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Compact Disc (CD) Di Surabaya”, dalam Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 8 2014.
- Wahyu Utami, Marijati Sangen dan M. Yudy Rachman, “Analisis Pengaruh Religiusitas, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan menabung di bank syariah”, dalam Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 3, No. 1, Februari 2015.
- Yolanda Hani Putriani dan Atina Shofawati, “Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisni Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas” , dalam Jurnal JESTT Vol. 2 No. 7 Juli 2015.
- Yolanda Hani Putriani dan Atina Shofawati, “Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisni Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas” , dalam Jurnal JESTT Vol. 2 No. 7 Juli 2015.