

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Pendahuluan**

Riset ini akan menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan AMOS v21 untuk pembuatan model dan SPSS v22 untuk pengolahan data. Berdasarkan model riset, pengolahan data melewati beberapa tahapan, diantaranya pengolahan data 1<sup>st</sup> order untuk variabel-variabel keputusan investasi modal ventura, lalu dilanjutkan dengan pengolahan data 2<sup>nd</sup> order atau pengolahan data keseluruhan variabel eksogen dan variabel endogen, setelah itu baru dilakukan persamaan struktural untuk keseluruhan model riset. Tetapi sebelum memasuki tahapan diatas, akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap indikator-indikator riset.

#### **4.2 Profil Responden**

Responden yang diminta untuk mengisi kuisisioner adalah para investor yang tergabung di salah satu dari 32 perusahaan *venture capital* maupun pernah/sedang ataupun tertarik untuk berinvestasi dalam bisnis aplikasi *mobile* di Jakarta. Riset ini dilakukan pada bulan Februari 2014 hingga Juli 2014 dengan jumlah kuesioner yang didapat sebanyak 100 kuesioner. Kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS untuk analisis frekuensi.

### 4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan analisis menggunakan metode deskriptif frekuensi, dari 100 responden untuk frekuensi jenis kelamin didapat hasil bahwa pada penelitian ini jumlah responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan responden perempuan. Profil responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1.

**Tabel 4.1. Frekuensi Jenis Kelamin Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	63	63,0	63,0	63,0
	Perempuan	37	37,0	37,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Hal ini dapat terjadi karena masih belum banyak perempuan yang mau atau berani berinvestasi terutama dalam investasi modal ventura, sebab perempuan lebih takut akan risiko dibandingkan dengan laki-laki. Seperti pendapat Khan (dalam Hasanat, 1994 dan dalam Khairani & Putri, 2009) yang menyatakan bahwa wanita memiliki kehangatan emosionalitas, sikap hati-hati dan sensitif daripada pria. Sedangkan untuk tingkat emosional, wanita lebih emosional sehingga tingkat kematangan emosinya rendah dibandingkan dengan pria yang lebih rasional dan menggunakan logika sehingga tingkat kematangan emosinya lebih tinggi (Shields dalam Santrock, 2003 dan dalam Khairani & Putri, 2009). Dilihat dari tujuan atau kepentingan investasi antara laki-laki dan perempuan juga berbeda, laki-laki

bertujuan untuk kepentingan mencari nafkah sedangkan perempuan untuk pemenuhan emosinya guna memberikan perhatian pada keluarga.

#### 4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan analisis menggunakan metode deskriptif frekuensi, dari 100 responden untuk frekuensi usia didapat hasil bahwa pada penelitian ini mayoritas responden berusia antara 30-34 tahun. Profil responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2.

**Tabel 4.2. Frekuensi Usia Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-24 Tahun	3	3,0	3,0	3,0
25-29 Tahun	20	20,0	20,0	23,0
30-34 Tahun	31	31,0	31,0	54,0
35-39 Tahun	22	22,0	22,0	76,0
40-44 Tahun	13	13,0	13,0	89,0
45-49 Tahun	8	8,0	8,0	97,0
50-54 Tahun	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Untuk analisis frekuensi berdasarkan usia terlihat pada Tabel 2. yaitu responden rata-rata berusia 30-34 tahun, dimana pada usia ini investor berada pada usia produktif, sudah tergolong mapan pada fase pengembangan karir dan urusan keluarga sehingga seluruh kemampuannya digunakan untuk bekerja dan menghasilkan uang sebanyak mungkin untuk digunakan pada hari tua mereka.

### 4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan analisis menggunakan metode deskriptif frekuensi, dari 100 responden untuk frekuensi tingkat pendidikan didapat hasil bahwa pada penelitian ini tingkat pendidikan S1 lebih banyak daripada tingkat pendidikan Diploma, S2 ataupun S3. Profil responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.3.

**Tabel 4.3. Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diploma	3	3,0	3,0	3,0
S1	70	70,0	70,0	73,0
S2	22	22,0	22,0	95,0
S3	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan analisis frekuensi pada tingkat pendidikan, didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan lulusan S1 yang merupakan tingkat pendidikan yang cukup tinggi. Pada tingkat pendidikan ini, investor sudah memiliki pengetahuan dan pemikiran yang cukup baik, dimana untuk menganalisis dan mengambil keputusan investasi sudah bagus dan sudah familiar dengan bisnis aplikasi *mobile*.

### 4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan analisis menggunakan metode deskriptif frekuensi, dari 100 responden untuk frekuensi berdasarkan pekerjaan didapat hasil bahwa pada penelitian ini pegawai swasta lebih banyak daripada pekerjaan

yang lain. Profil responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4.

**Tabel 4.4. Frekuensi Pekerjaan Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guru/Dosen	5	5,0	5,0	5,0
	Lainnya	12	12,0	12,0	17,0
	PNS	15	15,0	15,0	32,0
	Swasta	39	39,0	39,0	71,0
	Wiraswasta	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Analisis frekuensi berdasarkan pekerjaan responden, didominasi oleh responden yang bekerja di perusahaan swasta. Dan mayoritas responden sudah menjabat level manajerial. Hal ini mendukung mereka untuk berinvestasi disamping sudah mempunyai informasi yang memadai mengenai investasi modal ventura dan bisnis aplikasi *mobile*, mereka juga sudah berkecukupan dalam hal finansial.

#### 4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Usia Mulai Berinvestasi

Profil responden berdasarkan usia mulai berinvestasi dapat dilihat pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5. Frekuensi Usia Mulai Berinvestasi Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 s.d 30 Tahun	38	38,0	38,0	38,0
	31 s.d 40 Tahun	47	47,0	47,0	85,0
	41 s.d 50 Tahun	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Usia 31-40 tahun merupakan usia responden yang paling dominan saat memulai berinvestasi modal ventura. Dimana dalam tahap usia ini, responden sudah cukup mapan dalam hal finansial, emosi dan pengetahuan mengenai investasi modal ventura yang merupakan investasi dengan resiko yang besar.

#### 4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Lama Berinvestasi

Berdasarkan analisis menggunakan metode deskriptif frekuensi, dari 100 responden untuk frekuensi lama berinvestasi didapat hasil bahwa pada penelitian ini mayoritas responden telah berinvestasi selama 1-2 tahun. Profil responden berdasarkan lamanya responden telah berinvestasi dapat dilihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6. Frekuensi Lama Berinvestasi Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <6 Bulan	21	21,0	21,0	21,0
>4 Tahun	10	10,0	10,0	31,0
1 s.d 2 Tahun	39	39,0	39,0	70,0
2 s.d 4 Tahun	15	15,0	15,0	85,0
6 s.d 12 Bulan	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Frekuensi paling banyak untuk lama investasi responden ada pada 1-2 tahun, mengingat popularitas bisnis aplikasi *mobile* dalam beberapa tahun terakhir ini meningkat cukup signifikan dan semakin diminati oleh investor.

#### 4.2.7 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Berdasarkan analisis menggunakan metode deskriptif frekuensi, dari 100 responden untuk frekuensi tingkat pendapatan didapat hasil bahwa pada penelitian ini responden mayoritas berpendapatan Rp 10.000.000 sampai dengan Rp 15.000.000 dalam sebulan. Profil responden berdasarkan tingkat pendapatan responden dapat dilihat pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7. Frekuensi Tingkat Pendapatan Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp 5.000.000	13	13,0	13,0	13,0
>Rp 20.000.000	21	21,0	21,0	34,0
Rp 10.000.000 s.d Rp 15.000.000	39	39,0	39,0	73,0
Rp 5.000.000 s.d Rp 10.000.000	27	27,0	27,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Analisis frekuensi berdasarkan tingkat pendapatan, didominasi oleh responden dengan tingkat pendapatan antara Rp 10.000.000,- sampai dengan Rp 15.000.000,-. Hal tersebut mendukung penelitian ini, dimana investasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile* termasuk investasi yang cukup besar baik resiko maupun *revenue*-nya.

#### 4.3 Validitas dan Reliabilitas

Untuk memenuhi kriteria sebuah penelitian yang dianggap sebagai penelitian ilmiah, kecermatan pengukuran sangat diperlukan. Ada dua

syarat utama yang harus dipenuhi oleh alat ukur untuk memperoleh suatu pengukuran yang cermat, yaitu Validitas dan Reliabilitas.

Uji validitas instrumen memiliki tujuan mengetahui sejauh mana alat ukur dapat melakukan fungsinya secara tepat dan cermat. Uji validitas menggunakan rumus statistika *Bivariate Correlate*, sedangkan untuk pengujian reliabilitas atas instrumen yang sama digunakan formula *Cronbach's Alpha*. Formula ini digunakan untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif stabil bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama pada saat yang berbeda.

#### 4.3.1 Revenue (RV)

Tabel 4.8  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Revenue* (RV)

No. Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel ( $\alpha = 0,05$ )	Keterangan
15	0.530	0,195	Valid
17	0.452	0,195	Valid
18	0.535	0,195	Valid
19	0.527	0,195	Valid
21	0.622	0,195	Valid
22	0.461	0,195	Valid
23	0.465	0,195	Valid
32	0.472	0,195	Valid
Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	0,884		Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Dari hasil perhitungan di atas, terlihat untuk variabel *Revenue* dari 8 pertanyaan, semua pertanyaan valid. Sementara untuk uji reliabilitas diperoleh koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,884. Nilai koefisien

reliabilitas yang diperoleh lebih besar dari R Tabel sehingga menunjukkan bahwa instrumen *Revenue* adalah reliabel.

### 4.3.2 Market Segmentation (MS)

Tabel 4.9  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Market Segmentation (MS)

No. Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel ( $\alpha = 0,05$ )	Keterangan
24	0.365	0,195	Valid
25	0.423	0,195	Valid
27	0.432	0,195	Valid
28	0.576	0,195	Valid
29	0.536	0,195	Valid
33	0.388	0,195	Valid
Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	0,894		Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Dari hasil perhitungan di atas, terlihat untuk variabel *Market Segmentation* dari 6 pertanyaan, semua pertanyaan valid. Sementara untuk uji reliabilitas diperoleh koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,894. Nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh lebih besar dari R Tabel sehingga menunjukkan bahwa instrumen *Market Segmentation* adalah reliabel.

### 4.3.3 Demografi (DG)

Tabel 4.10  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Demografi (DG)

No. Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel ( $\alpha = 0,05$ )	Keterangan
9	0.443	0,195	Valid
10	0.383	0,195	Valid
11	0.533	0,195	Valid
12	0.486	0,195	Valid
13	0.409	0,195	Valid
Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	0,877		Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Dari hasil perhitungan di atas, terlihat untuk variabel Demografi dari 5 pertanyaan, semua pertanyaan valid. Sementara untuk uji reliabilitas diperoleh koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,877. Nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh lebih besar dari R Tabel sehingga menunjukkan bahwa instrumen Demografi adalah reliabel.

#### 4.3.4 Geografi (GG)

Tabel 4.11  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Geografi (GG)

No. Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel ( $\alpha = 0,05$ )	Keterangan
7	0.630	0,195	Valid
8	0.466	0,195	Valid
30	0.433	0,195	Valid
Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	0,754		Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Dari hasil perhitungan di atas, terlihat untuk variabel Geografi dari 3 pertanyaan, semua pertanyaan valid. Sementara untuk uji reliabilitas diperoleh koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,754. Nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh lebih besar dari R Tabel sehingga menunjukkan bahwa instrumen Geografi adalah reliabel.

#### 4.3.5 Psikografi (PG)

Tabel 4.12  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Psikografi (PG)

No. Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel ( $\alpha = 0,05$ )	Keterangan
1	0.348	0,195	Valid
2	0.484	0,195	Valid
3	0.569	0,195	Valid

14	0.600	0,195	Valid
16	0.480	0,195	Valid
20	0.498	0,195	Valid
Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	0,875		Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Dari hasil perhitungan di atas, terlihat untuk variabel Psikografi dari 6 pertanyaan, semua pertanyaan valid. Sementara untuk uji reliabilitas diperoleh koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,875. Nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh lebih besar dari R Tabel sehingga menunjukkan bahwa instrumen Psikografi adalah reliabel.

#### 4.3.6 Behavior (BV)

Tabel 4.13  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Behavior (BV)

No. Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel ( $\alpha = 0,05$ )	Keterangan
15	0.311	0,195	Valid
17	0.433	0,195	Valid
18	0.281	0,195	Valid
19	0.424	0,195	Valid
21	0.376	0,195	Valid
Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	0,762		Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Dari hasil perhitungan di atas, terlihat untuk variabel Behavior dari 5 pertanyaan, semua pertanyaan valid. Sementara untuk uji reliabilitas diperoleh koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,762. Nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh lebih besar dari R Tabel sehingga menunjukkan bahwa instrumen Behavior adalah reliabel.

#### 4.4 Hasil Analisis SEM

Hasil analisis data memperlihatkan bahwa indikator yang digunakan untuk membentuk sebuah model riset, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria goodness of fit yang telah ditetapkan. Nilai indeks telah memenuhi kriteria kesesuaian dari alat ukur metode SEM seperti GFI (0.881), AGFI (0.813), TLI (0.952), CFI (0.964), RMSEA (0.078) Hasil ini memberikan konfirmasi yang cukup untuk menjelaskan bahwa variabel tingkat *revenue* dan segmentasi pasar dapat mencerminkan variabel laten yang dianalisis.

Tabel 4.14. Goodness of Fit Indexes CFA Full SEM

Model	Batas Kelayakan	Hasil Model	Keterangan
Chi-square (CMIN)		93,115	
Degree of freedom		58	
Probability level (p)	$\geq 0.05$	0.002	
CMIN/DF	$\leq 2.00$	1,605	Baik
GFI	$\geq 0.90$	0.881	Cukup Baik
AGFI	$\geq 0.90$	0.813	Cukup Baik
TLI	$\geq 0.95$	0.952	Baik
CFI	$\geq 0.95$	0.964	Baik
RMSEA	$\leq 0.08$	0.078	Baik

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa dari hasil modifikasi model semua nilai default model dari tujuh alat ukur (Probability, CMIN/DF, GFI, AGFI, TLI, CFI dan RMSEA) menunjukkan angka yang cukup baik, meskipun ada beberapa yang dibawah dari ketentuan tetapi dengan melihat banyaknya responden dan indikator maka hal tersebut masih dalam batas wajar. Angka-angka diatas mengindikasikan bahwa model sudah fit dengan data yang ada.

## 4.5 Pembahasan Analisis

Output struktural parameter *estimates* dapat digunakan untuk menguji hubungan konstruk eksogen-endogen yang ada dalam struktural model. Hasil pengujian struktural parameter estimasi dapat dilihat pada output *estimates* bagian *regression weight*. Sedangkan keeratan hubungan antar variabel dapat dilihat pada output *estimates* bagian *standardized regression weight*. Berdasarkan hasil output AMOS, maka didapat *regression weight* dan *standardized regression weight* masing-masing konstruk dapat dilihat pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15. Pembahasan Hipotesis

	Estimates	P value	Hipotesis	Hasil
Venture_Capital ← Revenue	0.449	***	H1	Diterima
Venture_Capital ← Psikografi	0.332	***	H2	Diterima
Venture_Capital ← Revenue	0.449	***	H3	Ditolak
Market Segmentation ← MS5	0.670	***	H4	Diterima

### 4.5.1 Tingkat Revenue Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil pengujian dengan metode SEM menggunakan AMOS v21, pengujian *revenue* terhadap keputusan investasi modal ventura menghasilkan *p\_value* sebesar 0,000, lebih kecil dari nilai *level of Significant 5%* ( $\alpha = 0,05$ ), hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara tingkat *revenue* terhadap keputusan investasi modal ventura tersebut dikatakan signifikan. Hal ini menunjukkan hipotesis satu ( $H_1$ ) diterima, dimana hipotesis yang menyatakan semakin tinggi tingkat *revenue* maka semakin tinggi keputusan untuk berinvestasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*, diterima.

### 4.5.2 Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode SEM menggunakan AMOS v21, dari output estimates bagian *regression weight* didapat bahwa variabel psikografi menghasilkan p\_value sebesar 0,000 dan lebih kecil dari nilai *level of Significant 5%* ( $\alpha = 0,05$ ), hal ini menunjukkan bahwa aspek psikografi memberikan pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan hipotesis dua ( $H_2$ ) diterima, dimana hipotesis yang menyatakan aspek psikografi dalam segmentasi pasar memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk berinvestasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*, diterima.

### 4.5.3 Faktor Dominan Terhadap Keputusan Investasi

Dari hasil pengolahan data dengan AMOS v21, output estimates bagian *regression weight* yang menunjukkan hubungan antar variabel, menunjukkan bahwa tingkat *revenue* dan psikografi sama-sama memberikan pengaruh yang signifikan dengan p\_value 0.000. Namun jika dibandingkan dengan *Standard Error* antara keduanya (*revenue* sebesar 0,127 dan psikografi sebesar 0,092), didapat bahwa aspek psikografi merupakan faktor yang lebih dominan dibanding *revenue*. Sehingga hipotesis tiga ( $H_3$ ) ditolak, dimana hipotesis yang menyatakan pengembalian tingkat *revenue* merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan untuk berinvestasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*, tidak terbukti.

#### 4.5.4 Segmentasi Dalam Bisnis Aplikasi *Mobile*

Segmentasi dalam bisnis aplikasi *mobile* dibagi menjadi beberapa kategori yang dapat dilihat di dalam lampiran kuesioner. Adapun segmentasi dalam bisnis aplikasi *mobile* tersebut dikategorikan berdasarkan tipe kategori yang populer di kalangan masyarakat saat ini. Dari hasil yang didapat berdasarkan pengolahan data dengan metode SEM menggunakan AMOS v21, dari *default model* menghasilkan bahwa variabel MS5 memberikan *p\_value* yang signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari nilai *level of Significant 5%*) dengan *Standard Error* yang kecil sebesar 0,097. Hal ini membuktikan hipotesis empat ( $H_4$ ) dapat diterima, dimana hipotesis yang menyatakan kategori *game* merupakan segmentasi yang paling diminati investor dan dipercaya dapat memberikan *revenue* yang tinggi dalam bisnis aplikasi *mobile*, diterima. Hasil ini juga diperkuat dengan pemberian peringkat / *ranking* dari skala 1-10 yang diberikan oleh responden dari kuesioner yang disebar, dimana hasil menunjukkan bahwa kategori *game* merupakan kategori yang paling diminati investor.