

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran utama dalam suatu studi ilmiah yang menjadi fokus pengamatan, pengukuran, dan analisis. Menurut Sugiyono (2019), objek penelitian adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, benda, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan kata lain, objek penelitian membantu peneliti menentukan ruang lingkup kajian dan memastikan bahwa data yang dikumpulkan relevan dengan tujuan penelitian. Sementara itu, Creswell (2018) menyatakan bahwa pemilihan objek penelitian bertujuan agar peneliti dapat mengidentifikasi fenomena secara empiris dan sistematis untuk menjawab pertanyaan penelitian serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Dalam konteks penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Bias Generasional (*FOMO, Socially responsible investing, Overconfidence, Herding, dan Disposition effect*) terhadap Minat Investasi Pasar Modal di Kabupaten Tangerang”, subjek penelitian difokuskan pada individu-investor ritel dari kalangan Generasi Milenial (lahir tahun 1981–1996) dan Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) yang berdomisili di Kabupaten Tangerang. Pemilihan objek ini didasarkan pada data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menunjukkan bahwa mayoritas investor pasar modal di Indonesia saat ini didominasi oleh dua generasi tersebut. Dengan demikian, karakteristik dan perilaku mereka menjadi penting untuk dipelajari karena mencerminkan perubahan pola minat dan perilaku investasi masyarakat muda terhadap pasar modal.

Secara operasional, objek penelitian ini mencakup atribut perilaku dan psikologis yang dimiliki oleh investor, yaitu kecenderungan terhadap bias-bias generasional yang meliputi *Fear of missing out (FOMO)*, *Socially responsible investing (SRI)*, *Overconfidence*, *Herding*, dan *Disposition effect* sebagai

variabel independen, serta *Minat Investasi Pasar Modal* sebagai variabel dependen. Kelima bias tersebut mewakili dimensi perilaku investasi yang sering memengaruhi keputusan dan intensi individu dalam menempatkan dana pada instrumen pasar modal.

Dengan demikian, objek penelitian ini bukan berupa lembaga atau perusahaan, melainkan individu sebagai pelaku investasi yang aktif melakukan transaksi di pasar modal minimal lima kali dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Melalui objek penelitian ini, peneliti berupaya memperoleh pemahaman empiris mengenai bagaimana pengaruh bias perilaku yang dimiliki oleh generasi muda terhadap tingkat minat mereka dalam berinvestasi. Penetapan objek ini sejalan dengan tujuan penelitian kuantitatif yang menekankan pada pengukuran data numerik, pengujian hipotesis, dan analisis hubungan antar variabel secara sistematis dan terukur.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Secara umum, penelitian terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Menurut Schoonenboom (2023), penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam terhadap makna, pengalaman, dan proses sosial melalui data non-numerik seperti wawancara, observasi, atau dokumentasi, dengan tujuan membangun pemahaman kontekstual terhadap fenomena. Sebaliknya, penelitian kuantitatif menekankan pada pengukuran data numerik untuk menguji hipotesis, menemukan hubungan antar variabel, serta menjelaskan fenomena secara objektif dan terukur (Barroga & Matanguihan, 2022; Korean Journal of Medical Science, 2023). Pendekatan kualitatif bersifat induktif dan interpretatif, sedangkan pendekatan kuantitatif bersifat deduktif serta positivistik, menggunakan instrumen terstandarisasi dan analisis statistik untuk memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasi (Creswell & Creswell, 2023).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei *online*. Tujuan utamanya adalah menguji hipotesis, menemukan hubungan antar variabel, serta menjelaskan fenomena secara objektif dan terukur. Dalam penelitian kuantitatif, data dikumpulkan melalui instrumen yang terstandarisasi, seperti kuesioner, survei, maupun tes, sehingga hasilnya dapat diolah dengan metode statistik baik deskriptif maupun inferensial.

Karakteristik penting penelitian kuantitatif adalah bersifat objektif, sistematis, dan dapat di replikasi. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti menarik kesimpulan yang berlaku umum pada populasi melalui teknik pengambilan sampel yang representatif (Schoonenboom, 2023). Menurut Syahroni (2022), penelitian kuantitatif berorientasi pada pengujian teori melalui pengukuran variabel dan analisis data numerik untuk menghasilkan pola hubungan yang konsisten dan terukur. Dengan demikian, penelitian kuantitatif sangat sesuai untuk menguji secara empiris pengaruh bias generasional (FOMO, *socially responsible investing, overconfidence, herding*, dan *disposition effect*) terhadap minat investasi pasar modal di Tangerang.

3.2.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian menjelaskan bagaimana rancangan atau desain penelitian digunakan untuk memperoleh data secara sistematis dalam menjawab pertanyaan penelitian. Dalam konteks penelitian kuantitatif, desain penelitian berfungsi sebagai pedoman yang mengatur proses pengumpulan, pengukuran, serta analisis data secara objektif dan terukur (Creswell & Creswell, 2023). Secara umum, penelitian kuantitatif memiliki dua sifat utama, yaitu deskriptif dan analitik, yang masing-masing digunakan sesuai dengan tujuan penelitian (Korean Journal of Medical Science, 2023).

Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik atau fenomena tertentu sebagaimana adanya, tanpa

memberikan perlakuan atau intervensi terhadap variabel yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada pengumpulan data untuk menjelaskan “apa yang terjadi” di lapangan, sehingga hasilnya menggambarkan keadaan empiris pada saat penelitian berlangsung (Barroga & Matanguihan, 2022). Sebaliknya, penelitian analitik berupaya menguji hubungan, perbedaan, atau pengaruh antar variabel berdasarkan teori yang telah ada. Tujuan utamanya adalah memperoleh bukti empiris mengenai pola hubungan yang bersifat korelasional maupun kausal (Hasan, 2024). Dengan demikian, sifat analitik digunakan ketika penelitian tidak hanya ingin mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menjelaskan keterkaitan antar variabel yang telah dihipotesiskan.

Dalam penelitian kuantitatif, sifat penelitian dapat dikategorikan lebih lanjut berdasarkan desain observasional yang digunakan, antara lain *cross-sectional*, cohort, dan *case-control* (Schoonenboom, 2023). Pertama, desain *cross-sectional* adalah rancangan penelitian yang dilakukan pada satu titik waktu untuk menggambarkan atau menganalisis hubungan antar variabel pada periode tertentu. Desain ini bersifat cepat, efisien, dan umum digunakan dalam penelitian sosial dan perilaku (Pyo, 2023). Kedua, desain cohort bersifat longitudinal, di mana sekelompok responden dengan karakteristik tertentu diikuti dalam jangka waktu tertentu untuk melihat perubahan atau munculnya hasil tertentu (Zuleika & Legiran, 2022). Ketiga, desain *case-control* digunakan untuk membandingkan kelompok yang memiliki *outcome* tertentu (kasus) dengan kelompok yang tidak memiliki *outcome* tersebut (kontrol), guna menemukan faktor risiko yang berhubungan dengan suatu fenomena (Zuleika & Legiran, 2022).

Berdasarkan tujuan dan rancangan penelitian ini, sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif-analitik dengan desain *cross-sectional*, karena peneliti bertujuan untuk menggambarkan kondisi empiris serta menganalisis hubungan antar variabel pada satu titik waktu tanpa melakukan intervensi atau pengamatan jangka panjang. Desain ini

dianggap paling relevan untuk menjelaskan pengaruh bias generasional terhadap minat investasi pasar modal pada generasi muda di Kabupaten Tangerang, mengingat penelitian berfokus pada hubungan antar variabel perilaku yang diukur melalui survei daring. Dengan pendekatan ini, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang terukur, sistematis, dan representatif mengenai fenomena yang dikaji.

3.3 Metode Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, diperlukan metode yang tepat agar hasil yang diperoleh terstruktur dan dapat dipertanggungjawabkan. Metode penelitian sendiri dipahami sebagai cara atau prosedur ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu. Disebut ilmiah karena pelaksanaannya memiliki ciri rasional (dapat diterima oleh akal sehat), empiris (dapat diamati melalui indera manusia), serta sistematis (disusun dalam tahapan yang logis dan runtut) (Yam, 2024).

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Menurut Maidiana (2021), survei merupakan suatu pendekatan yang menerapkan kuesioner maupun wawancara untuk menggali gambaran mengenai ciri khas suatu fenomena. Tujuan penggunaan teknik ini adalah untuk memperoleh hasil terkait sikap, perilaku, maupun karakteristik dari sampel yang mewakili populasi tertentu (Maidiana, 2021).

Penelitian ini menerapkan survei *cross-sectional* sebagai metode pengumpulan data. Survei *cross-sectional* adalah desain penelitian yang dilakukan pada satu titik waktu tertentu untuk menggambarkan fenomena, hubungan, atau pola antar variabel dalam suatu populasi. Tujuan utama dari metode ini adalah memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi atau sikap responden pada saat penelitian berlangsung tanpa melakukan pengamatan berulang dalam jangka panjang (Sofya et al., 2024). Dalam konteks penelitian berjudul "*Pengaruh Bias Generasional (FOMO, Socially responsible investing, Overconfidence, Herding, dan Disposition effect) terhadap Minat Investasi Pasar Modal di Tangerang*", penggunaan survei

cross-sectional dipilih karena peneliti ingin mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh bias-bias perilaku terhadap minat investasi masyarakat secara cepat dan efisien. Dengan metode ini, data yang diperoleh dapat langsung memberikan pemahaman mengenai sejauh mana bias generasional memengaruhi niat investasi pada periode penelitian tertentu, sehingga relevan untuk menjelaskan hubungan antar variabel tanpa harus melakukan studi longitudinal atau intervensi jangka panjang.

3.4 Populasi dan Sampel

Dalam sebuah penelitian, diperlukan objek yang menjadi fokus kajian. Peneliti biasanya menetapkan kriteria tertentu dalam menentukan objek penelitian. Seluruh objek yang memenuhi kriteria tersebut disebut populasi, yang kemudian akan menjadi dasar dalam penentuan responden. Populasi sendiri dapat dipahami sebagai representasi konseptual dari suatu kelompok besar yang akan diambil sebagian untuk dijadikan sampel, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi (Suriani & Jailani, 2023). Namun, meneliti seluruh populasi sering kali tidak memungkinkan karena keterbatasan waktu, tenaga, maupun biaya.

Melakukan survei pada seluruh anggota populasi juga berisiko memakan waktu yang sangat panjang (Hutami, 2024). Karena itu, peneliti biasanya menggunakan sampel sebagai perwakilan dari populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti dengan tujuan menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi (Suriani & Jailani, 2023). Jika proses pemilihannya dilakukan secara hati-hati, sampel dapat menggambarkan kondisi populasi secara akurat (Hutami, 2024). Oleh karena itu, diperlukan prosedur pengambilan sampel yang tepat agar hasil penelitian benar-benar representatif.

3.4.1 Populasi

Populasi penelitian mencakup seluruh objek yang memiliki kriteria sesuai dengan fokus kajian. Dalam studi ini, populasi yang dipilih adalah Generasi Z dan Milenial. Pemilihan Generasi Milenial dan Gen Z

sebagai populasi didasarkan pada data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) yang menunjukkan bahwa investor pasar modal di Indonesia saat ini didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri khas tertentu sesuai dengan penelitian. Teknik sampling merupakan prosedur untuk memilih sebagian anggota populasi yang dapat mewakili keseluruhan populasi penelitian. Menurut Creswell dan Creswell (2023), terdapat dua kategori dari teknik sampling, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*, dimana *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama dan dapat diketahui untuk terpilih menjadi sampel, sehingga memungkinkan hasil penelitian digeneralisasikan secara statistik kepada populasi (Makwana et al., 2023). Sebaliknya, *non-probability sampling* merupakan teknik pemilihan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih, karena pemilihannya didasarkan pada pertimbangan subjektif peneliti atau kemudahan akses (Adeoye, 2023). Teknik ini umumnya digunakan ketika kerangka populasi tidak tersedia atau ketika penelitian bersifat eksploratif dan deskriptif (Creswell & Creswell, 2023). Terdapat pula beberapa jenis *non-probability sampling*, diantaranya. Jenis pertama adalah *purposive sampling* yang memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian, misalnya hanya individu yang telah berinvestasi secara aktif (Tajik et al., 2024). Kedua, *quota sampling* yang menetapkan jumlah responden pada tiap kategori populasi agar proporsional terhadap karakteristik tertentu, seperti generasi atau jenis kelamin (Adeoye, 2023). Ketiga, *snowball sampling* yang dilakukan dengan meminta responden awal merekomendasikan responden lain yang memiliki karakteristik serupa, efektif untuk populasi yang sulit

dijangkau (Jager et al., 2017). Terakhir, *convenience sampling* yang memilih responden berdasarkan kemudahan akses, misalnya melalui survei daring kepada individu yang mudah dijangkau (Barroga & Matanguihan, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability* karena pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi responden (Pace, 2021). Teknik *non-probability sampling* yang dipilih adalah *quota sampling*, di mana penentuan jumlah responden pada tiap kategori tidak dilakukan secara acak, melainkan berdasarkan kemudahan akses (Adeoye, 2023). Dengan demikian, subjek penelitian diambil dari populasi yang memiliki ciri khas tertentu hingga mencapai jumlah (*quota*) yang telah ditentukan sesuai kebutuhan penelitian.

Bursa Efek Indonesia (IDX) dalam *Laporan Statistik Pasar Modal* menjelaskan bahwa jumlah investor aktif dihitung berdasarkan *Single Investor Identification (SID)* yang melakukan setidaknya satu kali transaksi pada periode pelaporan, baik dalam jangka waktu bulanan maupun tahunan (IDX Channel, 2024). Sementara itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui publikasi *Statistik Pasar Modal* turut menekankan bahwa frekuensi transaksi merupakan indikator penting dalam mengukur tingkat keaktifan dan partisipasi investor ritel (Otoritas Jasa Keuangan, 2024a). OJK menilai bahwa semakin sering investor melakukan transaksi, semakin tinggi pula tingkat literasi dan keterlibatan mereka dalam pasar modal.

Berdasarkan acuan tersebut, peneliti memutuskan untuk menetapkan batas minimal lima (5) transaksi dalam satu tahun terakhir sebagai kriteria responden yang dikategorikan investor aktif. Keputusan ini didasarkan pada pertimbangan metodologis bahwa batas satu transaksi sebagaimana digunakan dalam laporan statistik pasar hanya menggambarkan partisipasi administratif, bukan intensitas perilaku investasi. Dengan menetapkan batas minimal lima transaksi, peneliti

berupaya memastikan bahwa responden telah melakukan aktivitas investasi secara berulang, sehingga dapat merefleksikan keterlibatan nyata dan konsistensi perilaku investasi.

Peneliti menggunakan sampel Generasi Milenial dan Gen Z di Kabupaten Tangerang, karena berdasarkan Kustodian Sentral Efek Indonesia (2025b), pada Agustus 2025 Pulau Jawa menjadi pusat utama perkembangan pasar modal Indonesia dengan dominasi investor ritel terbesar (70,99%), sedangkan di lingkup Banten, Kabupaten Tangerang (35,41%), Kota Tangerang Selatan (16,10%), dan Kota Tangerang (15,35%) secara berurutan menempati posisi teratas dalam realisasi investasi berkat lokasi strategis, infrastruktur, serta pertumbuhan ekonomi yang kuat (DPMPTSP Banten, 2024). Selanjutnya, peneliti menggunakan gen Z dan milenial sebagai sampelnya, karena berdasarkan laporan OJK (2024b) dan IDX Channel 2024 sekitar 79% dari total pertumbuhan investor ritel selama beberapa tahun terakhir disebabkan oleh generasi milenial (lahir 1981–1996) sebesar 54,12% dan Gen Z (lahir 1997–2012) sebesar 24,89%.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh BPS per 2025 di Kabupaten Tangerang, kelompok usia 13 – 28 tahun dan 29 – 44 tahun berjumlah 1.654.917 jiwa (Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang, 2025). Dengan menggunakan data tersebut, jumlah sampel penelitian dapat diperoleh melalui perhitungan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n: Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e: Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

N: 1.654.917

e: 0,1

$$n = \frac{1.654.917}{1+1.654.917(0,1)^2}$$

n = 99,9939 ≈ 100 responden

Hasil perhitungan dengan rumus Slovin menunjukkan bahwa penelitian ini memerlukan 100 responden gen Z dan milenial yang tinggal di Kabupaten Tangerang.

3.5 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Dalam sebuah penelitian, variabel yang telah ditetapkan perlu dijabarkan ke dalam sejumlah indikator agar dapat digunakan sebagai instrumen penelitian dan proses ini disebut operasionalisasi variabel. Operasionalisasi variabel sendiri merupakan upaya mendefinisikan suatu konsep atau konstruk ke dalam bentuk indikator yang terukur sehingga variabel tersebut dapat dianalisis secara sistematis (Cahyani et al., 2022).

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Variabel	Indikator	Item	Skala
Variabel X1 <i>Fear of missing out</i>	FMO1: <i>I fear my friends have more rewarding experiences of the stock market than me.</i> FMO2: <i>I get worried when my friends invest in the stock market without my knowledge.</i> FMO3: <i>When I earn a good return, it is</i>	FMO1: Saya khawatir teman-teman saya mendapatkan pengalaman investasi saham yang lebih menguntungkan daripada saya. FMO2: Saya merasa khawatir ketika teman-teman saya berinvestasi	<i>Likert</i>

Variabel	Indikator	Item	Skala
	<p><i>important for me to share the details online.</i></p> <p>Przybylski <i>et al.</i> (2013)</p>	<p>di pasar saham tanpa sepengetahuan saya.</p> <p>FMO3: Ketika saya memperoleh keuntungan yang baik, bagi saya penting untuk membagikan informasi tersebut secara <i>online</i>.</p>	
<p>Variabel X2</p> <p><i>Socially responsible investing</i></p>	<p>SRI1: <i>I would invest in companies that are stakeholders friendly.</i></p> <p>SRI2: <i>I would invest in companies that have socially responsible activities on going.</i></p> <p>SRI3: <i>Companies that follow ethical practices are more attractive to me.</i></p> <p>Sahi <i>et al.</i> (2013)</p>	<p>SRI1: Saya bersedia berinvestasi pada perusahaan yang ramah terhadap para pemangku kepentingan (<i>stakeholders</i>).</p> <p>SRI2: Saya bersedia berinvestasi pada perusahaan yang menjalankan aktivitas yang bertanggung jawab secara sosial.</p> <p>SRI3: Perusahaan yang menjalankan praktik bisnis yang etis lebih menarik bagi saya untuk berinvestasi.</p>	<p><i>Likert</i></p>

Variabel	Indikator	Item	Skala
Variabel X3 <i>Overconfidence</i>	<p>OCF1: <i>I have complete knowledge of various types of investments.</i></p> <p>OCF2: <i>I believe that my investing skills help me to outperform the market.</i></p> <p>OCF3: <i>I can predict the future prices of my investments better than others.</i></p> <p>Ritika and Kishor (2022), Jain et al., (2021), Glaser and Weber (2007)</p>	<p>OCF1: Saya memiliki pengetahuan yang lengkap tentang berbagai jenis investasi.</p> <p>OCF2: Saya percaya bahwa keterampilan investasi saya membantu saya mengungguli pasar.</p> <p>OCF3: Saya dapat memprediksi harga masa depan dari investasi saya lebih baik dibandingkan orang lain.</p>	<i>Likert</i>
Variabel X4 <i>Herd</i>	<p>HDG1: <i>I follow others in all my investment decisions.</i></p> <p>HDG2: <i>I prefer to invest in the assets that other investors are buying.</i></p> <p>HDG3: <i>I follow social blogs and forums before making an investment decision.</i></p>	<p>HDG1: Saya mengikuti orang lain dalam semua keputusan investasi saya.</p> <p>HDG2: Saya lebih memilih berinvestasi pada aset yang juga dibeli oleh investor lain.</p> <p>HDG3: Saya mengikuti blog dan forum sosial</p>	<i>Likert</i>

Variabel	Indikator	Item	Skala
	<p>Baker et al. (2021), Shusha and Touny (2016), Baker and Puttonen (2017)</p>	<p>sebelum membuat keputusan investasi.</p>	
Variabel X5 <i>Disposition</i>	<p>DSP1: <i>I am often reluctant to realize losses.</i></p> <p>DSP2: <i>I prefer to sell stocks whose prices have recently increased.</i></p> <p>DSP3: <i>I sell profitable stocks because I am afraid that the stock price would fall again.</i></p> <p>Baker et al. (2019), Goo et al. (2010)</p>	<p>DSP1: Saya biasanya enggan mengambil kerugian.</p> <p>DSP2: Saya memilih menjual saham yang harganya sudah naik.</p> <p>DSP3: Saya lebih memilih menjual saham yang harganya baru-baru ini naik.</p>	<i>Likert</i>
Variabel Y <i>Investment intention</i>	<p>INT1: <i>I may invest in the stock market in the future.</i></p> <p>INT2: <i>I would most probably invest in the stock market.</i></p>	<p>INT1: Di masa depan, saya mungkin akan berinvestasi di pasar saham.</p> <p>INT2: Kemungkinan besar Saya akan berinvestasi di pasar saham.</p>	<i>Likert</i>

Variabel	Indikator	Item	Skala
	<p>INT3: <i>I am quite willing to invest in the stock market.</i></p> <p>Dodds et al. (1991), Beck and Ajzen (1991)</p>	<p>INT3: Saya cukup bersedia untuk berinvestasi di pasar saham.</p>	

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu komponen penting dalam menyusun penelitian. Teknik ini memiliki peran strategis karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data (Daruhadi & Sopiaty, 2024). Oleh sebab itu, proses pengumpulan data harus direncanakan dan dilaksanakan dengan baik, sebab kesalahan dalam tahapan ini dapat menyebabkan data yang diperoleh tidak sesuai dengan permasalahan penelitian (Jailani, 2023).

Menurut Creswell dan Creswell (2023), pengumpulan data adalah proses sistematis untuk memperoleh data dari sumber yang telah ditentukan agar hasil penelitian dapat diuji dan diinterpretasikan secara ilmiah. Berdasarkan jenis sumbernya, data dalam penelitian dibedakan menjadi data primer dan data sekunder (Barroga & Matanguihan, 2022).

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari responden atau objek penelitian melalui instrumen seperti kuesioner, wawancara, observasi, atau eksperimen. Data ini bersifat orisinal karena diperoleh secara langsung dari sumber pertama dan menggambarkan kondisi aktual di lapangan (Kothari & Garg, 2022). Dalam konteks penelitian kuantitatif, kuesioner sering digunakan karena memungkinkan pengumpulan data dalam jumlah besar secara efisien dan terstandarisasi. Menurut Daruhadi (2024), keunggulan data primer adalah kemampuannya untuk menghasilkan informasi yang spesifik, mutakhir, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian, meskipun pengumpulannya memerlukan waktu dan biaya lebih besar.

Sementara itu, data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh pihak lain untuk tujuan selain penelitian yang sedang dilakukan (Kumar et al., 2023). Sumber data sekunder dapat berupa buku, jurnal ilmiah, laporan pemerintah, publikasi resmi lembaga seperti OJK, IDX, atau BPS, serta data daring dari situs institusi terpercaya. Menurut Male (2015), penggunaan data sekunder bertujuan untuk memperkuat analisis, memberikan konteks teoretis, serta membandingkan hasil penelitian dengan studi terdahulu. Keunggulan data sekunder terletak pada kemudahan akses dan efisiensinya, namun perlu kehati-hatian dalam memastikan validitas dan relevansi sumber yang digunakan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data Primer berupa kuesioner. Kuesioner pada dasarnya adalah permintaan kepada responden untuk memberikan jawaban tertulis mengenai pemahaman mereka terhadap suatu topik (Jailani, 2023). Daruhadi (2024) menjelaskan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan yang telah dirancang untuk dijawab oleh responden. Tujuan penggunaan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang lengkap dari responden mengenai suatu permasalahan tanpa khawatir mereka memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan (Romdona et al., 2025). Menurut Jailani (2023), terdapat enam langkah dalam penyusunan survei kuesioner, yaitu: memilih pertanyaan dan instruksi, merancang format kuesioner, memastikan reliabilitas dan validitas, melakukan pengambilan sampel, mendistribusikan kuesioner, serta menganalisis dan menginterpretasikan hasilnya.

Penelitian ini diawali dengan beberapa pertanyaan penyaring (*screening questions*) untuk memastikan bahwa responden sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Pertanyaan pertama, “Apakah Anda berdomisili di Kabupaten Tangerang?”, digunakan untuk menyeleksi responden yang berada dalam wilayah fokus penelitian, yaitu Kabupaten Tangerang. Pertanyaan kedua, “Berapa kali Anda melakukan transaksi investasi di pasar modal (saham, obligasi, ETF, atau reksa dana) dalam 12 bulan terakhir?”, berfungsi

memastikan bahwa responden memiliki pengalaman investasi yang memadai, dengan syarat minimal telah bertransaksi sebanyak lima kali dalam satu tahun terakhir. Pertanyaan ketiga, “Berapa usia Anda saat ini?”, digunakan untuk menyaring responden yang termasuk dalam kelompok generasi Z dan milenial, karena penelitian ini berfokus pada perilaku investasi dari kedua generasi tersebut.

3.7 Teknik Pengukuran Data

Sesudah memperoleh data dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, peneliti perlu melakukan proses pengukuran. Tahap ini bertujuan untuk memastikan apakah data yang terkumpul dapat dinilai menggunakan instrumen atau alat ukur yang telah ditetapkan dalam penelitian. Proses uji validitas dan reliabilitas penelitian ini menggunakan SPSS pada proses *pre-test* karena mampu menyediakan prosedur analisis statistik yang lengkap dan akurat untuk penelitian kuantitatif berbasis kuesioner. Dalam penelitian ini, variabel perilaku investasi seperti *fear of missing out*, *socially responsible investing*, *overconfidence*, *herding*, dan *disposition effect* diukur menggunakan skala *Likert* yang memerlukan uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang sistematis. SPSS sangat relevan karena perangkat ini telah terbukti efektif dalam menguji kualitas instrumen penelitian, termasuk validitas dan reliabilitas (Anggraini et al., 2022). Selanjutnya, aplikasi SMART-PLS juga akan digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel dependen dan Independen. SmartPLS dipilih dalam penelitian ini karena mampu menguji hubungan antar variabel pada model dengan banyak konstruk, bekerja optimal pada data non-normal, serta memberikan estimasi yang akurat untuk melihat pengaruh dan signifikansi setiap variabel (Cheah et al., 2024).

3.7.1 Uji Validitas

Dalam sebuah penelitian, instrumen yang digunakan perlu melalui tahap uji validitas. Validitas sendiri merupakan indikator yang menunjukkan sejauh mana alat ukur benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Artinya, uji validitas berfungsi untuk menilai apakah instrumen penelitian layak digunakan atau tidak. Instrumen

dengan tingkat validitas yang tinggi dianggap semakin baik kualitasnya (Janna & Herianto, 2021). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan.

Menurut (Romdona et al., 2025), terdapat tiga langkah utama dalam menguji validitas instrumen penelitian. Pertama, konsep yang akan diukur harus didefinisikan secara operasional dengan jelas. Kedua, dilakukan uji coba instrumen kepada responden melalui pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun. Ketiga, peneliti menghitung nilai korelasi antara setiap item pernyataan dengan total skor menggunakan rumus Pearson *Product Moment*.

Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS menggunakan skala pengukuran *Likert* yang terdiri dari lima tingkat pilihan, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" (skor 1) hingga "Sangat Setuju" (skor 5). Skala *Likert* digunakan karena mampu mengukur persepsi, sikap, dan pendapat responden terhadap suatu fenomena sosial.

Tabel 3.2 Skor Skala *Likert*

Angka	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Dalam pengujian validitas penelitian ini digunakan sampel sebanyak 34 responden ($N = 34$), sehingga derajat kebebasan dihitung sebagai $df = N - 2 = 32$. Pengujian dilakukan dua arah dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, sehingga nilai r pada tabel yang dijadikan batas acuan adalah 0,339. Item kuesioner dianggap valid apabila nilai r -hitung

$> 0,339$; sebaliknya, bila r -hitung $\leq 0,339$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.3 Uji Validitas

NO.	ITEM	R HITUNG	R TABEL	HASIL
1.	FMO1 - Saya khawatir teman-teman saya mendapatkan pengalaman investasi saham yang lebih menguntungkan daripada saya.	0,683	0,339	VALID
2.	FMO2 - Saya merasa khawatir ketika teman-teman saya berinvestasi di pasar saham tanpa sepengetahuan saya.	0,693	0,339	VALID
3.	FMO3 - Ketika saya memperoleh keuntungan yang baik, bagi saya penting untuk membagikan informasi detail tersebut secara <i>online</i> .	0,682	0,339	VALID
4.	SRI1 - Saya bersedia berinvestasi pada perusahaan yang ramah terhadap para pemangku kepentingan (<i>stakeholders</i>).	0,484	0,339	VALID

NO.	ITEM	R HITUNG	R TABEL	HASIL
5.	SRI2 - Saya bersedia berinvestasi pada perusahaan yang menjalankan aktivitas yang bertanggung jawab secara sosial.	0,712	0,339	VALID
6.	SRI3 - Perusahaan yang menjalankan praktik bisnis yang etis lebih menarik bagi saya untuk berinvestasi.	0,723	0,339	VALID
7.	OCF1 - Saya memiliki pengetahuan yang lengkap tentang berbagai jenis investasi.	0,522	0,339	VALID
8.	OCF2 - Saya percaya bahwa keterampilan investasi saya membantu saya mengungguli pasar.	0,634	0,339	VALID
9.	OCF3 - Saya dapat memprediksi harga masa depan dari investasi saya lebih baik dibandingkan orang lain.	0,679	0,339	VALID
10.	HDG1 - Saya mengikuti orang lain dalam semua	0,614	0,339	VALID

NO.	ITEM	R HITUNG	R TABEL	HASIL
	keputusan investasi saya.			
11.	HDG2 - Saya lebih memilih berinvestasi pada aset yang juga dibeli oleh investor lain.	0,632	0,339	VALID
12.	HDG3 - Saya mengikuti blog dan forum sosial sebelum membuat keputusan investasi.	0,379	0,339	VALID
13.	DSP1 - Saya biasanya enggan mengambil kerugian.	0,710	0,339	VALID
14.	DSP2 - Saya memilih menjual saham yang harganya sudah naik.	0,778	0,339	VALID
15.	DSP3 - Saya lebih memilih menjual saham yang harganya baru-baru ini naik.	0,582	0,339	VALID
16.	INT1 - Di masa depan, saya mungkin akan berinvestasi di pasar saham.	0,776	0,339	VALID
17.	INT2 - Kemungkinan besar Saya akan berinvestasi di pasar saham.	0,793	0,339	VALID

NO.	ITEM	R HITUNG	R TABEL	HASIL
18.	INT3 - Saya cukup bersedia untuk berinvestasi di pasar saham.	0,744	0,339	VALID

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*, yang berakar dari kata *rely* (percaya) dan *reliable* (dapat dipercaya). Dalam konteks penelitian, reliabilitas berkaitan dengan konsistensi dan ketepatan hasil pengukuran. Dengan kata lain, uji reliabilitas digunakan untuk memastikan apakah suatu instrumen mampu memberikan hasil yang stabil dan akurat ketika digunakan untuk mengukur hal yang sama secara berulang (Janna & Herianto, 2021). Menurut Janna (2021), reliabilitas dapat dipahami melalui tiga batasan: (1) instrumen yang digunakan berulang kali pada objek yang sama akan memberikan hasil serupa, (2) hasil pengukuran mencerminkan ukuran sebenarnya dari sifat yang diteliti, dan (3) reliabilitas dapat dicapai dengan meminimalkan kesalahan pengukuran pada instrumen.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *software SPSS Statistics*. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar daripada nilai *r tabel*.

Tabel 3.4 Skor *Cronbach's Alpha*

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Kurang Reliabel
0.20 – 0.40	Agak Reliabel
0.40 – 0.60	Cukup Reliabel
0.60 – 0.80	Reliabel
0.80 – 1,00	Sangat Reliabel

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Generational Bias

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.899	15

Sumber: Hasil Olahan Peneliti Menggunakan SPSS

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Generational Bias* adalah sebesar 0,899. Berdasarkan kriteria pada Tabel 3.5, nilai tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, karena koefisien reliabilitas yang diperoleh melebihi batas minimum 0,80.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Minat Investasi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.950	3

Sumber: Hasil Olahan Peneliti Menggunakan SPSS

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat Investasi adalah sebesar 0,950. Berdasarkan kriteria pada Tabel 3.5, nilai tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, karena koefisien reliabilitas yang diperoleh melebihi batas minimum 0,80.

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk menelaah seberapa besar pengaruh bias generasional (FOMO, *socially responsible investing*, *overconfidence*, *herding*, dan *disposition effect*) terhadap minat investasi pasar modal di Kabupaten Tangerang. Proses pengolahan datanya menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS 4.0. Pemilihan SmartPLS 4.0 bukan tanpa alasan—*software* ini dianggap tepat karena seluruh variabel dalam penelitian berbentuk variabel laten, yakni

variabel yang sifatnya abstrak dan tidak dapat diamati secara langsung sehingga membutuhkan indikator pengukur (Chin, 1998; Hair et al., 2021).

Menurut Chin (1998), tahapan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa langkah sistematis sebagai berikut:

3.8.1 Uji Instrumen

3.8.1.1 Model Pengukuran atau *Outer Model*

Outer Model adalah tahap analisis yang digunakan untuk melihat bagaimana setiap indikator benar-benar mewakili konstruk yang sedang diteliti. Pada bagian ini, hubungan antara indikator dan variabel laten diuji untuk memastikan bahwa keduanya selaras dan dapat menggambarkan konsep yang ingin diukur. Melalui proses ini, peneliti dapat melihat seberapa besar variasi pada konstruk dependen yang belum dijelaskan oleh indikatornya (Chin, 1998; Hair et al., 2021).

Secara umum, evaluasi *outer model* dilakukan melalui beberapa langkah utama berikut:

1) *Convergent Validity*

Nilai *loading factor* yang dihasilkan pada SmartPLS digunakan untuk menguji *convergent validity* indikator reflektif. Nilai ini menunjukkan seberapa baik suatu indikator mampu menunjukkan konstruknya. Secara umum, indikator memenuhi kriteria *convergent validity* jika *loading factor* lebih dari 0,7, dan *Average Variance Extracted* (AVE) lebih dari 0,5. Namun, nilai *loading factor* antara 0,5 dan 0,6 masih dapat diterima sebagai cukup dalam penelitian yang masih pada tahap awal pengembangan alat ukur (Hair et al., 2021).

2) *Discriminant Validity*

Discriminant validity digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar terpisah dan tidak mengukur konsep yang sama. Terdapat tiga

metode utama untuk menilainya. Pertama, *Cross Loading* yang memeriksa apakah indikator memiliki *loading* tertinggi pada konstruk asalnya dibandingkan konstruk lain. Kedua, *Fornell-Larcker Criterion*, yang mensyaratkan agar nilai akar AVE suatu konstruk lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain. Ketiga, HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*), yang dianggap sebagai pendekatan paling akurat, dengan batas nilai di bawah 0,85 untuk kriteria konservatif atau 0,90 untuk kriteria lebih longgar. Jika nilai HTMT melampaui batas tersebut, maka hal itu menunjukkan adanya masalah diskriminasi antar konstruk (Hair et al., 2021).

3) *Composite Reability*

Composite Reability adalah komponen yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator variabel. Apabila nilai *Composite Reability* masing-masing variabel lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan kurang dari 0,6 untuk penelitian yang bersifat *exploratory*, variabel dianggap kredibel atau reliabel (Hair et al., 2021).

4) *Cronbach's Alpha*

Nilai *Cronbach's Alpha* digunakan untuk memperkuat uji *composite reliability*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,7, maka variabel tersebut memiliki tingkat reliabel yang kuat (Hair et al, 2021).

3.8.1.2 Model Struktural atau *Inner Model*

Model struktural atau *Inner Model* digunakan untuk melihat dan memprediksi hubungan antara variabel laten dalam penelitian. Melalui model ini, peneliti dapat mengetahui seberapa kuat pengaruh yang terjadi antar konstruk. Proses evaluasinya

dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu meninjau *Path Coefficient*, menilai *Goodness of Fit*, serta melakukan pengujian hipotesis (Chin, 1998; Hair et al., 2021).

1) Uji *Path Coefficient*

Uji *Path Coefficient* berfungsi untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sementara itu, *Coefficient of Determination (R-Square)* digunakan untuk menilai proporsi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independennya (Hair et al., 2019).

a) *R-Square* untuk konstruk dependen (R²)

Menurut Chin, nilai *R-Square* (R^2) sebesar 0,67 atau lebih menunjukkan bahwa variabel laten dependen memiliki daya jelaskan yang kuat dari variabel independennya. Jika nilai R^2 berada pada kisaran 0,33 hingga 0,67, maka kemampuan penjelasannya dianggap berada pada tingkat sedang. Sementara itu, nilai R^2 antara 0,19 sampai 0,33 menunjukkan bahwa konstruk dependen hanya memiliki daya jelaskan yang lemah.

Selain itu, perubahan pada nilai R^2 juga dapat digunakan untuk melihat apakah variabel laten independen memberikan pengaruh yang bermakna (*substantive*) terhadap konstruk dependen. Dalam penilaian umum, nilai R^2 sebesar 0,75 dikategorikan sebagai model yang kuat, 0,50 sebagai model yang moderat, dan 0,20 sebagai model yang lemah. Secara keseluruhan, nilai *R-Square* dalam PLS menggambarkan seberapa besar variasi konstruk dependen dapat dijelaskan oleh model yang diuji (Chin, 1998; Hair et al., 2021).

b) Uji Kebaikan (*Goodness of Fit*)

Untuk menilai kelayakan model penelitian secara keseluruhan, digunakan pengujian *Goodness of Fit* (GoF). Konsep GoF ini pertama kali diperkenalkan oleh Tenenhaus sebagai sebuah indeks yang berfungsi mengevaluasi kualitas model pengukuran sekaligus model struktural. Indeks ini membantu peneliti melihat bagaimana model bekerja secara umum melalui ukuran yang sederhana dan mudah dipahami.

Perhitungan nilai GoF dilakukan dengan mengambil akar kuadrat dari rata-rata *communality* dan rata-rata *R-Square*, dengan rumus:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

Nilai GoF berada pada rentang 0 hingga 1.

Secara umum, nilai *communality* minimal 0,50 dianggap layak. Untuk interpretasinya, nilai GoF sekitar 0,10 menunjukkan kecocokan model yang rendah, sedangkan nilai di atas 0,36 mencerminkan tingkat kecocokan yang tinggi (Chin, 1998; Hair et al., 2021).

c) Uji *Index Quality*

Setelah proses pengujian hipotesis selesai, tahap selanjutnya adalah mengevaluasi *quality indexes*. Langkah ini diperlukan untuk memastikan apakah model jalur yang digunakan sudah memenuhi kriteria sebagai model yang layak (Sarstedt, 2019). Suatu model jalur dianggap baik apabila memenuhi nilai standar yang telah ditetapkan, yaitu NIF lebih dari 0,90 atau SRMR kurang dari 0,08.

2) Uji Parsial

Pengujian hipotesis parsial dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dan t-tabel untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel. Nilai t-hitung diperoleh melalui prosedur *bootstrapping* di SmartPLS, yang berfungsi menghasilkan estimasi yang lebih stabil serta membantu mengatasi permasalahan distribusi data yang tidak normal (Hair et al., 2021).

Pada tahapan ini, nilai *path coefficient* digunakan sebagai dasar untuk menilai signifikansi hubungan antar konstruk. Suatu hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistic* melebihi 1,96 pada tingkat signifikansi 5% untuk pengujian dua arah (*two-tailed*). Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_A) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak ketika *t-statistic* lebih besar dari batas tersebut (Chin, 1998; Hair et al., 2021).

3) Uji Simultan

Uji simultan dilakukan menggunakan *Summary ANOVA* dengan memperhatikan nilai *Regression F* dan *p-value* sebagai dasar pengambilan keputusan hipotesis penelitian. Menurut Malhotra (2019), pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan ditetapkan dengan ketentuan bahwa hipotesis penelitian dinyatakan signifikan apabila nilai *Regression F* lebih besar dari 1,96 atau nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05. Jika kriteria tersebut tidak terpenuhi, maka hipotesis penelitian dinyatakan tidak signifikan.

4) Uji Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan tahap awal dalam analisis statistik yang bertujuan memberikan gambaran umum mengenai data penelitian melalui nilai rata-rata (*mean*), simpangan baku (*standard deviation*), dan rentang skor dari setiap variabel (Creswell, 2018). Sarwono (2012) menegaskan bahwa mendeskripsikan data sangat penting karena dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai kondisi dan karakteristik variabel yang diteliti. Salah satu bentuk analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melihat distribusi jawaban responden terhadap setiap pernyataan pada kuesioner.

Untuk membantu menginterpretasikan hasil analisis deskriptif, peneliti menggunakan rumus rentang skala berikut:

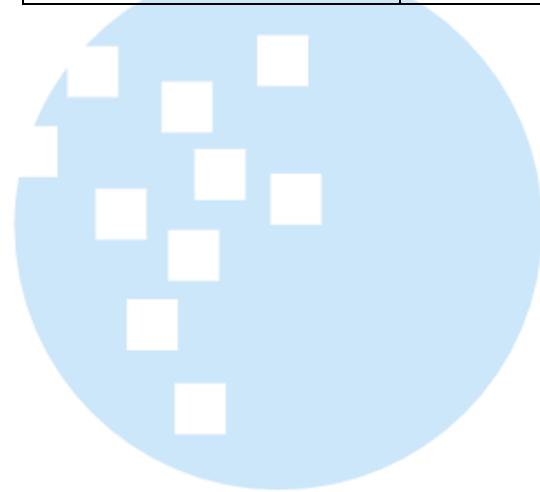
$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Pilihan Jawaban}}$$

Rumus tersebut digunakan untuk mengelompokkan nilai rata-rata pada setiap indikator variabel penelitian. Variabel Bias Generasional (X) terdiri dari lima indikator, yaitu *fear of missing out* (FOMO), *social responsibility investment* (SRI), *overconfidence*, *herding*, dan *disposition effect*. Sementara itu, variabel Minat Berinvestasi (Y) hanya memiliki satu indikator, yaitu *investment intention*.

Setiap butir pernyataan pada variabel-variabel tersebut menggunakan skala *Likert* 1–5, dengan pilihan: sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Dengan demikian, rentang skala yang diperoleh adalah 0,8. Rentang inilah yang kemudian digunakan untuk mengategorikan nilai rata-rata setiap indikator ke dalam beberapa tingkat interpretasi.

Tabel 3.7 Skor

Skor	Kategori
1,0 - < 1,8	Sangat Rendah
1,8 - < 2,6	Rendah
2,6 - < 3,4	Sedang
3,4 - < 4,2	Tinggi
4,2 - < 5,0	Sangat Tinggi



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA