

MODEL KOREKSI KESALAHAN ANTARA BETA SAHAM, SUKU BUNGA DAN RETURN SAHAM DI INDONESIA

Yudhistira Ardana

Fakultas Manajemen, STMIK PRINGSEWU
e-mail : ardanayudhistira@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of long-term and short-term beta between shares and BI interest rates on Stock Returns. The variables in this study are stock returns, beta stocks and BI interest rates. The sample used in this study is 40 companies registered in the LQ-45 index in the 2015-2016 period. The model used in this study is by using an error correction model (ECM). The results of the study show that beta stocks have a significant influence on stock returns in the long and short term. While the BI interest rate has a long-term significant effect on stock returns and in the short term does not affect stock returns. Simultaneously, stock beta and BI interest rates have a significant influence on stock returns.

Keywords – *beta stocks, BI interest rates, stock returns.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jangka panjang dan jangka pendek antara beta saham dan tingkat suku bunga BI terhadap Return Saham. Variabel dalam penelitian ini yaitu return saham, beta saham dan tingkat suku bunga BI. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 40 perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ-45 pada periode 2015-2016. Model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan model koreksi kesalahan (error correction model). Hasil penelitian menunjukkan bahwa beta saham memiliki pengaruh signifikan terhadap return saham dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Sedangkan tingkat suku bunga BI memiliki dalam jangka panjang berpengaruh signifikan terhadap return saham dan dalam jangka pendek tidak berpengaruh terhadap return saham. Secara simultan (bersama-sama) beta saham dan tingkat suku bunga BI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap return saham.

Kata Kunci – *beta saham, suku bunga BI, return saham*

1. PENDAHULUAN

Roda perekonomian pada dunia bisnis sangat berperan penting bagi masyarakat, pemerintah dan para pengusaha serta investor dalam mendukung berkembangnya suatu negara. Pasar modal telah menjadi alternatif dalam mencari sumber pendanaan bagi masyarakat bisnis. Menurut Tandelilin (2010) salah satu sarana untuk melakukan investasi adalah melalui pasar modal, sebab pasar modal adalah pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara memperjual belikan sekuritas seperti saham, obligasi, reksadana, dan derivatif lainnya, sehingga alokasi penggunaan modal yang lebih efisien yaitu sektor yang menganggur ke

sektor yang lebih produktif. Pasar modal Indonesia terus berkembang akibat minat masyarakat berinvestasi untuk mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang.

Di tahun 2016, Bursa Efek Indonesia (BEI) mulai mensosialisasikan “*Yuk Nabung Saham*” guna mengajak masyarakat untuk berinvestasi jangka panjang di pasar modal Indonesia (Devaki, 2017). Sosialisasi tersebut juga didukung oleh berbagai pihak seperti pemerintah dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini bisa menjadi salah satu indikator bahwa semua pihak terkait serius ingin memompa semangat investasi di pasar modal Indonesia. Ini adalah kesempatan yang tepat bagi masyarakat sebagai calon investor potensial untuk berinvestasi di pasar modal Indonesia.

Investasi semakin menyadarkan masyarakat akan perlunya penghasilan tambahan dari kebutuhan hidup yang terus bertambah sehingga perlu menyisihkan penghasilan mereka untuk menabung atau berinvestasi. Investasi pun bervariasi, baik dalam bentuk real investment atau financial investment. Singkatnya, investasi diharapkan bisa memberikan kesejahteraan investor semaksimal mungkin, karena semakin besar tingkat keuntungan maka investor akan semakin sejahtera. Meskipun begitu, investasi memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, baik real investment atau financial investment keduanya sama-sama berisiko. Di pasar modal investor atau pemilik modal dapat melakukan investasi pada produk seperti saham, obligasi dan reksadana.

Tujuan utama investor dari investasi saham adalah peningkatan *wealth* yang didapatkan melalui *return* saham (Emamgholipour, et al, 2013). *Return* saham merupakan harapan investor dari dana yang diinvestasikan melalui saham, dimana hasilnya berupa *yield* dan *capital gain (loss)* (Hartono, 2010). Selain *return* saham, investor semestinya juga mempertimbangkan risiko yang timbul dari investasi saham tersebut. Menurut Sugiarto (2011) risiko yang dihadapi oleh investor yang memiliki saham di pasar modal dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu *systematic risk* (risiko sistematis) dan *unsystematic risk* (risiko tidak sistematis). Namun menurut Husnan (2003), karena ada sebagian risiko yang dapat dihilangkan dengan diversifikasi (yaitu risiko tidak sistematis), maka dalam suatu sekuritas ukuran risiko sekarang bukan lagi deviasi standar (risiko total), melainkan risiko yang tidak dapat diversifikasikan (risiko sistematis) yang disebut dengan istilah beta.

Selain beta, tingginya tingkat suku bunga BI juga memiliki pengaruh dalam menentukan keputusan investasi. Jika suku bunga naik, investor akan beralih pada deposito berjangka sebab akan memberikan *return* yang tinggi. Sunariyah (2011) mengemukakan bahwa apabila tingkat bunga meningkat maka jumlah tabungan juga akan meningkat. Hal ini sangat rasional karena bunga adalah sebagai daya tarik agar individu yang kelebihan dana akan menabung. Husnan (2003) Tingkat suku bunga sektor keuangan yang lazim digunakan sebagai panduan investor disebut juga tingkat suku bunga bebas risiko (*risk free*), yaitu meliputi tingkat suku bunga bank sentral dan tingkat suku bunga deposito. Di Indonesia tingkat suku bunga bank sentral diproxy-kan pada tingkat suku bunga Sertifikat Bank Indonesia atau SBI. Dalam teori manajemen investasi menyatakan bahwa jika setiap kenaikan suku bunga yang berlaku akan menyebabkan penurunan return sekuritas (saham dan obligasi) begitupun sebaliknya.

Menurut penelitian terdahulu mengenai pengaruh antara beta dan *return* saham yang dilakukan oleh Devaki (2017) terdapat pengaruh yang signifikan antara beta saham dengan return saham. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian Sinaga dan Sulasmiyati (2017) serta Musyarofah, *et al* (2015) yang menyatakan bahwa hasil analisis antara beta saham dan *return* saham berpengaruh signifikan. Berbeda dengan hasil penelitian Sugiarto (2011) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara beta terhadap *return* saham. Hasil penelitian ini didukung juga oleh penelitian Indriastuti dan Nafiah (2017) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara beta saham dengan return saham.

Selanjutnya, penelitian terdahulu mengenai tingginya tingkat suku bunga BI terhadap *return* saham yang dilakukan oleh Riantani dan Tambunan (2013) menyimpulkan bahwa kenaikan tingkat suku bunga BI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham. Begitu pula hasil penelitian Kurniasari, *et al* (2018) dan Hidayat, *et al* (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara suku bunga BI dan *return* saham. Hasil penelitian berbeda dihasilkan oleh Adnyana (2017) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara suku bunga BI terhadap return saham. Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat beberapa perbedaan atau *gap* dari hasil penelitian antara penulis yang satu dengan penulis yang lain. Untuk itu penulis mencoba melakukan penelitian kembali dengan judul "Beta Saham, Suku Bunga dan Return Saham di Indonesia" dengan

menggunakan teknik yang berbeda yaitu dengan menggunakan pendekatan model koreksi kesalahan atau *Error Correction Model* (ECM).

2. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Investasi

Menurut Jogiyanto (2010:5), investasi merupakan penundaan konsumsi sekarang untuk digunakan di dalam produksi yang efisien selama periode waktu yang tertentu. Investasi dalam produksi efisien dapat berbentuk aktiva nyata (seperti rumah, tanah, emas) atau dalam bentuk aktiva keuangan (surat-surat berharga) yang diperjualbelikan diantara investor (pemodal). Investor melakukan investasi untuk meningkatkan utilitinya dalam bentuk kesejahteraan keuangan. Menurut Sunariyah (2011:4) investasi adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa-masa yang akan datang. Jadi dapat disimpulkan bahwa tujuan dari investasi adalah untuk menimbun kekayaan dengan menempatkan harta pada waktu tertentu, melalui perantara pasar modal ataupun ditempatkan pada instrumen yang lain seperti properti dan emas dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan pada waktu yang akan datang.

Saham

Nelia & Widyawati (2014) dalam jurnal ilmu dan riset manajemen menulis bahwa saham dapat didefinisikan sebagai surat berharga, sebagai bukti penyertaan atau pemilikan individu maupun institusi dalam suatu perusahaan. Dengan memiliki saham suatu perusahaan maka investor akan mempunyai hak terhadap pendapatan dan kekayaan perusahaan setelah dikurangi dengan pembayaran semua kewajiban perusahaan, persentase kepemilikan hak tersebut tergantung jumlah saham yang dimiliki investor. Pembagian jenis-jenis dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi kemampuan hak tagih atau klaim, maka saham terbagi atas saham biasa (*common stock*) dan saham *preferen* (*preferred stock*). Saham biasa atau *common stock* adalah saham yang menempatkan pemilikinya paling junior terhadap pembagian deviden, dan hak atas harta kekayaan perusahaan

apabila perusahaan tersebut dilikuidasi (Darmadji dan Fakhruddin, 2011:6). Rusdin (2010:71) Saham *Preferen* atau *Preferred Stock* adalah saham yang sifat pemberian devidennya bisa disepakati antara investor dengan perusahaan penerbit saham. Dividen akan ditetapkan terlebih dahulu melalui perjanjian penetapan penerimaan dividen. Besarnya deviden biasanya tetap. Tetapi seandainya perusahaan sedang jatuh, pemilik saham preferen akan dinomorduakan dari pemilik obligasi, tetapi dinomor satukan dari pemilik saham biasa.

Return Saham

Menurut Tandelilin (2010:102), *return* merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung resiko atas investasi yang dilakukan. Sumber-sumber *return* investasi terdiri dari dua komponen utama yaitu *yield* dan *capital gain (loss)*. *Yield* merupakan komponen *return* yang mencerminkan aliran kas atau pendapatan yang diperoleh secara periodik dari suatu investasi. Jika investor membeli saham, *yield* ditunjukkan oleh besarnya deviden yang investor peroleh. Sedangkan *capital gain (loss)* sebagai komponen kedua dari *return* merupakan kenaikan (penurunan) harga suatu surat berharga (bisa saham maupun surat hutang jangka panjang) yang bisa memberikan keuntungan (kerugian) bagi investor. Sedangkan menurut Jogiyanto (2010:205), *return* merupakan hasil yang diperoleh dari investasi. *Return* dapat berupa *return realisasian (realized return)* dan *return ekspektasian (expected return)*. *Return realisasian (realized return)* merupakan *return* yang telah terjadi. *Return realisasian* menggunakan data historis. *Return realisasian* penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari perusahaan. *Return realisasian* atau *return historis* ini juga berguna sebagai dasar penentuan *return ekspektasian (expected return)* dan resiko di masa mendatang. *Return ekspektasian (expected return)* adalah *return* yang diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa mendatang. Berbeda dengan *return realisasian* yang sifatnya sudah terjadi, *return ekspektasian* sifatnya belum terjadi. *Return Saham (return realisasi* diukur dengan cara menghitung selisih harga saham periode berjalan dengan periode sebelumnya dengan mengabaikan deviden, maka dapat ditulis rumus :

$$R_{it} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan

R_t = *Return* saham pada akhir bulan ke t

P_t = *Closing price* pada akhir bulan ke t

P_{t-1} = *Closing price* pada akhir bulan ke (t-1)

Untuk mengestimasi *expected return* dengan menggunakan *market adjusted model*. Indeks pasar yang dapat dipilih untuk pasar BEI adalah IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan), maka *return* pasar (*return market*) untuk waktu ke- t, dapat dihitung dengan :

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan

R_{mt} = *Return* pasar pada akhir bulan ke t

$IHSG_t$ = IHSG pada akhir bulan ke t

$IHSG_{t-1}$ = IHSG pada akhir bulan sebelumnya (t-1)

Risiko Saham

Investor selalu mengharapkan keuntungan dari investasinya, namun tentu saja tidak dapat dipisahkan dari risiko yang ada. Saham yang dimiliki investor memungkinkan untuk mendapatkan *return* atau keuntungan (*capital gain*) dalam waktu singkat, namun dengan berfluktuasinya harga saham maka saham juga dapat membuat investor dapat mengalami kerugian dalam waktu singkat. Investor pada dasarnya mengharapkan *return* setinggi-tingginya dari investasi yang dilakukan namun harus mempertimbangkan risiko yang harus ditanggung dari investasi tersebut. Tingkat risiko yang tinggi dari suatu investasi

mencerminkan tingginya tingkat *return* yang diharapkan. “Hubungan risiko dan *return* harapan dari suatu investasi merupakan hubungan yang searah dan linear” (Tandelilin, 2010:9). Berdasarkan hal tersebut maka semakin besar *return* harapan, semakin besar pula tingkat risiko yang harus dipertimbangkan. Pengertian risiko menurut (Tandelilin, 2010:102) adalah “kemungkinan perbedaan antara *return* aktual yang diterima dengan *return* yang diharapkan”. Dengan demikian risiko dapat didefinisikan sebagai kemungkinan terjadinya perbedaan *return* aktual dengan *return* yang diharapkan. Semakin besar kemungkinan perbedaannya semakin besar risiko investasi tersebut.

Beta Saham

Investasi merupakan sesuatu yang tidak bisa lepas dari beberapa risiko. “Risiko yang tidak bisa dihilangkan dinamakan sebagai risiko sistematis, sedangkan risiko yang bisa dihilangkan dinamakan sebagai risiko tidak sistematis. Beta merupakan indikator risiko sistematis” (Hanafi, 2011:496). (Jogiyanto, 2014:405) “berpendapat beta merupakan pengukur volatilitas (*volatility*) *return* suatu sekuritas atau portofolio terhadap *return* pasar”. Beta pasar dapat diestimasi dengan mengumpulkan nilai-nilai historis *return* dari sekuritas dan *return* dari pasar selama periode tertentu. Dengan asumsi bahwa hubungan antara *return*-*return* sekuritas dan *return*-*return* pasar adalah linear, maka beta dapat diestimasi secara manual dengan memplot garis di antara titik-titik *return* atau dengan teknik regresi (Jogiyanto, 2014:407). Beta merupakan pengukur volatilitas antara *return*-*return* suatu sekuritas ke-*i* dengan *return* pasar adalah sebesar σ_{iM} . Jika kovarian ini dihubungkan relatif terhadap risiko pasar (yaitu dibagi dengan varian *return* pasar σ_M^2), maka hasil ini akan mengukur risiko sekuritas ke-*i* relatif terhadap risiko pasar atau disebut dengan beta (Jogiyanto, 2014:413). *Return* saham dan *return* pasar yang telah dihitung selanjutnya dipakai untuk menghitung beta untuk masing-masing perusahaan dengan menggunakan regresi *Ordinary Least Square* (OLS) berdasarkan model indeks tunggal yang persamaannya dirumuskan sebagai berikut:

$$R_{it} = \alpha_i + \beta_{it} R_{mt} + e_{it}$$

Keterangan

R_{it} = *return* saham perusahaan i pada periode ke t

α_i = intersep dari regresi untuk masing-masing perusahaan i

β_{it} = beta untuk masing-masing perusahaan i

R_{mt} = return indeks pasar pada periode t

e_{it} = kesalahan residu untuk persamaan regresi perusahaan i pada periode ke t.

Sehingga rumus mencari beta dengan metode indeks tunggal adalah sebagai berikut:

$$\beta = \frac{[n \cdot \sum(R_{mt} \cdot R_{it})] - (\sum R_{mt} \cdot \sum R_{it})}{[n \cdot (\sum R_{mt}^2)] - (\sum R_{mt})^2}$$

Keterangan

B = Beta

n = Periode / Jumlah data

R_{mt} = Return Pasar

R_{it} = Return Sekuritas

Tingkat Suku Bunga BI

Dasar hukum penerbitan Sertifikat Bank Indonesia (SBI) adalah Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No.31/ 67/KEP/DIR tanggal 23 Juli 1998 tentang Penerbitan dan Perdagangan Sertifikat Bank Indonesia serta Intervensi Rupiah. Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/5/PBI/2004 tanggal 16 Februari 2004 tentang Bank Indonesia - *Scripless Securities Settlement System*. Dan Surat Edaran Bank Indonesia No.10/1/DPM tahun 2008 tentang Penerbitan Sertifikat Bank Indonesia

Melalui Lelang. Sertifikat Bank Indonesia (SBI) merupakan salah satu mekanisme yang digunakan Bank Indonesia untuk mengontrol kestabilan nilai rupiah. Dengan menjual Sertifikat Bank Indonesia (SBI), Bank Indonesia dapat menyerap kelebihan uang primer yang beredar. Selain itu suku bunga Sertifikat Indonesia diharapkan dapat menentukan jumlah inflasi. *BI Rate* ini kemudian yang digunakan sebagai acuan para pelaku pasar dalam mengikuti pelelangan. *BI Rate* digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan operasi pengendalian moneter untuk mengarahkan agar rata-rata tertimbang suku bunga SBI satu bulan hasil lelang operasi pasar terbuka berada di sekitar *BI Rate*. Selanjutnya suku bunga SBI satu bulan diharapkan mempengaruhi suku bunga pasar uang antar bank dan suku bunga jangka yang lebih panjang (Bank Indonesia).

Indeks LQ 45

LQ 45 merupakan salah satu indeks di Bursa Efek Indonesia (BEI), di mana indeks tersebut diperoleh dari perhitungan 45 emiten dengan seleksi kriteria seperti penilaian atas likuiditas. Maksud dari penilaian atas likuiditas adalah seleksi atas emiten-emiten tersebut juga dengan mempertimbangkan kapitalisasi dari pasar. Daftar saham yang menjadi acuan perhitungan indeks LQ 45 di bursa efek Indonesia diperbaharui setiap 6 bulan sekali, dengan periode Februari-Juli dan Agustus-Januari.

3. METODE PENELITIAN

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah saham indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Tingkat Suku Bunga Bank Indonesia (SBI) periode tahun 2015 - 2016 sehingga variabel yang dimaksud adalah Beta Saham, Tingkat Suku Bunga Bank Indonesia dan Tingkat Pengembalian Saham (*Return Saham*).

Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang secara periodik konsisten terdaftar dalam indeks LQ 45 selama tahun 2015 - 2016.

2. Menerbitkan laporan tahunan perusahaan dan menerbitkan laporan keuangan perusahaan selama periode 2015-2016.

Dari kriteria diatas diperoleh 40 perusahaan yang secara periodik konsisten terdaftar dalam indeks LQ 45 selama tahun 2015-2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel yang diuji dapat digunakan untuk memprediksi dampak beta saham dan suku bunga BI terhadap *return* saham di Indonesia. Apabila data *Time series* tidak stasioner maka model yang tepat digunakan adalah model koreksi kesalahan (*Error Correction Model*) lebih spesifik lagi menggunakan metode paling baru yang dikembangkan oleh Granger yaitu *Two Step Engle Granger*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software Microsoft Excel* dan *Eviews 10*. Model ini digunakan untuk melihat apakah model terdapat hubungan jangka panjang dan jangka pendek, sehingga diperlukannya uji kointegrasi untuk melihat hubungan tersebut. Serta uji akar unit root untuk melihat apakah ada stasioneritas atau tidak. (Widarjono, 2013).

Data time series seringkali tidak stasioner sehingga menyebabkan hasil regresi meragukan atau dikenal dengan regresi lancung. Regresi lancung adalah situasi dimana hasil regresi menunjukkan koefisien regresi yang signifikan secara model tidak saling berhubungan. *Error Correction Model* (ECM) merupakan model yang tepat bagi data *time series* yang tidak stasioner tersebut. Data yang tidak stasioner seringkali menunjukkan hubungan ketidakseimbangan dalam jangka pendek, tetapi ada kecenderungan terjadinya hubungan keseimbangan dalam jangka panjang (Widarjono, 2013). Berikut ini model estimasi jangka panjang yang penulis gunakan :

$$\text{Ln_Return} = \beta_0 + \beta_1 \text{Ln_Beta} + \beta_2 \text{Ln_SBI} + e_t$$

Sedangkan model estimasi jangka pendek yang penulis gunakan adalah :

$$\Delta \text{Ln_Return} = \beta_0 + \beta_1 \Delta \text{Ln_Beta}_{t-1} + \beta_2 \Delta \text{Ln_SBI}_{t-1} + \text{ECT}$$

Untuk mengetahui apakah model ECM ini tepat atau tidak digunakan dalam estimasi model regresi, bisa dilakukan dengan melihat t-statistik dari variabel koreksi kesalahan (ECT atau Resid-1) hasil regresi ECM. Apabila nilai t-statistik ECT atau Resid-1 lebih besar dari 2 maka model ECM tepat digunakan dalam estimasi model regresi, sebaliknya

apabila tidak melebihi 2 maka model ECM tidak tepat digunakan dalam estimasi model regresi (Widarjono, 2013).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa sampel yang berjumlah 300 orang responden terdiri dari 63.5% perempuan yang rata-rata berusia antara 19-25 tahun dan sisanya pria sebesar 36.5%. Jadi terlihat lebih banyak perempuan yang menggunakan *e-commers* yang berpendidikan strata 1. Penggunaan e-commerce terbanyak di lingkungan pelajar dan mahasiswa dengan tingkatan pengeluaran pembelanjaan dibawah 1 juta.

Pemodelan Regresi berganda Dummy

Setelah kita melakukan pengujian validitas dan reabilitas kita telah memperoleh hasil bahwa seluruh variabel dinyatakan valid dan reliabel. Langkah selanjutnya adalah melakukan pemodelan dummy untuk kedua data, yaitu data hasil survei konsumen terhadap vendor dan data hasil survei vendor terhadap konsumen. Pada hasil pemodelan ini akan diperoleh output sebagai berikut :

1. Model regresi berganda dummy pada data konsumen terhadap vendor

Berdasarkan hasil output SPSS dapat diperoleh persamaan regresi umumnya :

$$Y = 0.826 - 0.752 KMP1 + 0.304 KMP2 + 0.275 KMP3 - 0.731 KBH1 + 0.275 KBH2 + 0.304 KBH3 - 0.242 INT1 + 0.238 INT2 + 0.238 INT3 - 0.351 INT4 - 0.051 INT5$$

Berdasarkan hasil keputusan 14 variabel dummy dari 3 variabel utama terdapat 13 variabel dummy yang menolak H_0 atau dengan kata lain koefisien dari ke 13 variabel dummy tersebut memiliki nilai β yang tidak sama dengan 0 atau ada nilainya. Sehingga dapat dikatakan 13 variabel dummy tersebut memiliki pengaruh, jika dikembalikan pada kasus maka ke 13 variabel dummy ini ada pengaruhnya terhadap nilai Y yaitu keputusan pembelian. Namun ada satu variabel dummy yang keputusannya menerima H_0 yaitu variabel integritas pada indikator kehandalan ini dikarenakan nilai signifikansinya lebih dari 0.05 yang artinya nilai koefisien β yang sama dengan 0 atau tak ada nilainya. Sehingga variabel dummy dari variabel integritas ada yang tidak memiliki pengaruhnya terhadap Y yaitu tidak ada pengaruh variabel dummy kehandalan pada variabel integritas terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

2. Model regresi berganda dummy pada data vendor terhadap konsumen

Berdasarkan hasil output SPSS dapat diperoleh persamaan regresi umumnya :

$$Y = 0.826 + 0.275 \text{ KMP1} - 0.731 \text{ KMP2} + 0.304 \text{ KMP3} - 0.752 \text{ KBH1} + 0.304 \text{ KBH2} \\ + 0.275 \text{ KBH3} - 0.174 \text{ INT1} + 0.229 \text{ INT2} + 0.204 \text{ INT3} - 0.359 \text{ INT4} - 0.007 \text{ INT5}$$

Berdasarkan hasil keputusan 14 variabel dummy dari 3 variabel utama terdapat 12 variabel dummy yang menolak H_0 atau dengan kata lain koefisien dari ke 12 variabel dummy tersebut memiliki nilai β yang tidak sama dengan 0 atau ada nilainya. Sehingga dapat dikatakan 12 variabel dummy tersebut memiliki pengaruh, jika dikembalikan pada kasus maka ke 12 variabel dummy ini ada pengaruhnya terhadap nilai Y yaitu keputusan pembelian. Namun ada dua variabel dummy yang keputusannya menerima H_0 yaitu variabel integritas pada variabel dummy kehandalan dan variabel dummy perhatian dari variabel kebaikan hati ini dikarenakan nilai signifikansinya lebih dari 0.05 yang artinya nilai koefisien β yang sama dengan 0 atau tak ada nilainya. Sehingga variabel dummy dari variabel integritas ada yang tidak memiliki pengaruhnya terhadap Y yaitu tidak ada pengaruh variabel dummy kehandalan pada variabel integritas terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Kemampuan (*ability*), Kebaikan hati (*benevolence*), dan Integritas (*integrity*) Vendor terhadap kepercayaan (*trust*) konsumen *e-commerce* dalam pengambilan keputusan pembelian online di Indonesia.

Setelah dilakukan pengujian, ternyata memang terbukti bahwa terdapat perbedaan pengaruh antara kemampuan, kebaikan hati dan integritas vendor terhadap kepercayaan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian online. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari koefisien regresi dari ketiga variabel dan ternyata ada 1 variabel dummy yang tidak berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu variabel dummy kehandalan. Diantara ketiga variabel tersebut jika variabel dummy kompetensi turun 1 satuan maka variabel dummy pengalaman akan naik 0.304, variabel dummy pengesahan akan naik sebesar 0.275 serta variabel dummy institusional bernilai 0. Jika variabel dummy perhatian turun 1 satuan maka variabel dummy empati akan naik sebesar 0.275, variabel dummy keyakinan akan naik sebesar 0.304 dan variabel dummy daya terima bernilai 0. Begitu pula pada variabel dummy kewajaran naik 1 satuan maka variabel dummy pemenuhan akan turun sebesar 0.242, variabel dummy kesetiaan naik sebesar 0.238, variabel dummy keterusterangan

naik sebesar 0.238, variabel dummy keterkaitan akan turun sebesar 0.351 serta variabel dummy kehandalan tidak significant.

Pengaruh Kemampuan (*ability*), Kebaikan hati (*benevolence*), dan Integritas (*integrity*) Konsumen terhadap kepercayaan (*trust*) vendor *e-commerce* dalam pengambilan keputusan pembelian online di Indonesia.

Setelah dilakukan pengujian, ternyata memang terbukti bahwa terdapat perbedaan pengaruh antara kemampuan, kebaikan hati dan integritas konsumen terhadap kepercayaan vendor dalam pengambilan keputusan pembelian online. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari koefisien regresi dari ketiga variabel dan ternyata ada 2 variabel dummy yang tidak berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu variabel dummy institusional dan kehandalan. Diantara ketiga variabel tersebut jika variabel dummy kompetensi turun 1 satuan maka variabel dummy pengalaman akan turun 0.731, variabel dummy pengesahan akan naik sebesar 0.304 serta variabel dummy institusional bernilai 0. Jika variabel dummy perhatian turun 1 satuan maka variabel dummy empati akan naik sebesar 0.304, variabel dummy keyakinan akan naik sebesar 0.275 dan variabel dummy daya terima bernilai 0. Begitu pula pada variabel dummy kewajaran turun 1 satuan maka variabel dummy pemenuhan akan naik sebesar 0.229, variabel dummy kesetiaan naik sebesar 0.204, variabel dummy keterusterangan turun sebesar 0.359, variabel dummy keterkaitan akan turun sebesar 0.007 serta variabel dummy kehandalan tidak significant. Begitu pula sebaliknya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dilakukan, dijadikan dasar untuk melihat seberapa besar pengaruh kemampuan, kebaikan hati dan integritas terhadap kepercayaan e-commerce dalam mengambil keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Terdapat perbedaan pengaruh kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) vendor terhadap kepercayaan (*trust*) konsumen *e-commerce* dalam pengambilan keputusan pembelian online di Indonesia.

- b. Terdapat perbedaan pengaruh kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) konsumen terhadap kepercayaan (*trust*) vendor *e-commerce* dalam pengambilan keputusan pembelian online di Indonesia.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Konsumen lebih mengasah lagi kemampuannya dibidang teknologi terutama pada era saat ini yang serba digital dalam melakukan belanja online.
2. Vendor selalu memperbaiki system *e-commerce* nya agar konsumen yang belanja online lebih mudah pengaksesan dan mudah untuk dipahami.

6. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami tim peneliti mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jendral Penguat Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah membiayai Penelitian Dosen Pemula (PDP) Tahun Anggaran 2018 Sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2018 2186/SP2H/LT/K2/KM/2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainur Rofiq .2007.Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce* (Studi Pada Pelanggan *E-Commerce* di Indonesia).
- Akbar M.M dan N.Parvez, 2009.*Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty*.ABAC Journal Vol 29, No 1 (January-April 2009,pp.24-38)
- Ardyanto,Denni dan Heru Susilo Riyadi.2015. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Online.Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 22 No 1 Mei.Malang.
- Hair, Jr., J.F., Anderson, R. E., Tatham, R.L. dan Black, W.C., 1998. *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. Prentice-Hall, Inc., New Jersey 07458.
- Kim, E., dan Tadisina, S., 2003. *Customer's Initial Trust in E-Business: How to Measure Customer's Initial Trust*, Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems, pp. 35-41.
- Kim, H. dan Xu, Y., 2004. *Internet Shopping: Is It a Matter of Perceived Price or Trust?*, Proceedings of Twenty-Fifth International Conference on Information Systems, pp. 831-842.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2.Jakarta:Erlangga

- Park, Chung-Hoon., and Young-Gul Kim., 2006, “*The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments*”, *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 4 (1), hal. 70-90.
- Rong Li, Jaejon Kim and Jaesung Park.2007. “*The Effects of Internet Shoppers Trust on Their Purchasing Intention in China*”. *JISTEM-Journal of Information System and Technology Management*, Online version ISSN 1807-1775.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Edisi 1, Jakarta.
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta.Bandung.
- Sularto, Lana. 2004. Pengaruh Privasi, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Internet. *jurnal Ekonomi & Bisnis* No. 3, Jilid 9, pp138-155.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: ANDI
- Sproule, S. dan Archer, N., 2000. *A Buyer Behaviour Framework for The Development and Design of Software Agents in E-Commerce*, *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 10 (5): 396-405.
- Umar, Husein.2005.*Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama:Jakarta.
- Wouter, Verheyen.2016.*E-Commerce Deliveries 2.0:Towards A Sustainable E-Commerce*. 16 th International Scientific Conference on Economic and Social Development – The Legal Challenges of Modern World – Split, 1-2 September 2016.