

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan kali ini dilakukan terhadap investor muslim yang bertempat tinggal di Jawa Barat yang sudah memenuhi berbagai kriteria responden yang diberlakukan seperti belum pernah berinvestasi di saham Unilever Indonesia. Provinsi Jawa Barat digunakan sebagai batasan wilayah penelitian dikarenakan provinsi ini memiliki jumlah penduduk yang memeluk agama Islam terbanyak di Indonesia (Rizaty, 2023). Provinsi Jawa Barat juga merupakan pemegang tahta tertinggi dengan jumlah investor terbanyak di Indonesia (Binekasri, 2023). Cakupan seputar bagian-bagian wilayah Jawa Barat yang dipakai dalam penelitian ini dibagi menjadi 27 Kota/Kabupaten, yang telah diklasifikasikan ke dalam empat bagian wilayah berlandaskan kepada pembagian badan koordinasi wilayah pemerintahan dan pembangunan di Jawa Barat.

Selanjutnya, objek dari penelitian yang dilakukan kali ini difokuskan terhadap salah satu saham syariah yang menjadi sasaran aksi pemboikotan produk pro Israel yaitu Unilever Indonesia (UNVR). Unilever Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang terkena dampak aksi pemboikotan produk Israel, dikarenakan Unilever plc (pusat) yang bermarkas di Inggris telah teridentifikasi memberikan berbagai macam dukungan terhadap Israel, salah satunya terkait dukungan berupa bantuan pemodalannya (Santika, 2023). Hal tersebutlah yang menjadikan Unilever Indonesia sebagai salah satu perusahaan yang terseret dalam aksi pemboikotan produk pro Israel di Indonesia.

3.2 Metode Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan kali ini memakai metode kuantitatif. Ferdinand (2014) menjabarkan bahwa metode kuantitatif didefinisikan sebagai metode dengan melakukan pengujian hipotesa secara empirik melalui berbagai langkah mengumpulkan sumber data menggunakan instrumen penelitian yang hasilnya dianalisis secara statistik. Selanjutnya, penelitian ini memakai pendekatan kausalitas yang menjabarkan terkait hubungan *cause-and-effect* atau sebab-akibat antar variabel yang ada di dalam penelitian.

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian dapat didefinisikan sebagai rencana dan struktur penelitian yang runtut, mencakup seputar bagaimana seorang peneliti mengumpulkan data, menelaah data serta menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan. Desain penelitian yang dipakai dalam penelitian kali ini yaitu deskriptif kausalitas yang menjabarkan seputar korelasi antar variabel yang ada di dalam penelitian dengan format pemaparan atau deskripsi.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pada aspek bahasan kali ini, akan dijabarkan terkait definisi operasional variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian, yaitu variabel sikap (X1), norma subjektif (X2), persepsi kontrol perilaku (X3), ekspektasi *return* (X4), religiositas Islam (Z) dan intensi investasi saham Unilever (Y).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No.	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala
1	Sikap (X1) adalah penilaian suatu individu berbentuk positif maupun terhadap Unilever menjadi sasaran seruan aksi boikot produk Israel (Fishbein & Ajzen, 1975).	Aspek Kognitif (Bhatti & Husin, 2020), (Ustman et al., 2022).	Aspek ini mencakup pengetahuan individu terhadap suatu objek.	Interval
		Aspek Afektif (Bhatti & Husin, 2020), (Ustman et al., 2022).	Aspek ini mencakup perasaan emosional suatu individu terhadap suatu objek.	
		Aspek Konatif (Bhatti & Md Husin, 2020).	Aspek ini mencakup kecenderungan individu dalam bertindak pada objek yang diamati.	
2	Norma Subjektif (X2) dimaksudkan untuk menangkap besarnya desakan sosial yang mendorongnya untuk berinvestasi di saham Unilever yang dapat menstimulasi diri untuk ikut andil dalam menanamkan	Desakan Keluarga (Bhatti & Husin, 2020), (Ustman et al., 2022), (Wirawan et al., 2022).	Seberapa besar desakan yang diberikan oleh keluarga untuk berinvestasi di saham Unilever.	Interval
		Desakan Teman (Bhatti & Md Husin, 2020),(Ustman	Seberapa besar desakan yang diberikan oleh teman untuk berinvestasi di saham Unilever.	

	modalnya ataupun tidak pascateridentifikasi terafiliasi Israel. (Ajzen, 2005).	et al., 2022), (Wirawan et al., 2022).	Desakan Tokoh Penting (Bhatti & Husin, 2020), (Ustman et al., 2022), (Wirawan et al., 2022).	Seberapa besar desakan yang diberikan oleh tokoh penting untuk berinvestasi di saham Unilever.	
			Desakan Media Sosial Arif (2023)	Seberapa besar desakan yang diberikan oleh media sosial untuk berinvestasi di saham Unilever.	
3	Persepsi Kontrol Perilaku (X3) dimaksudkan sebagai gambaran seseorang terkait seberapa mudah atau beratnya untuk dapat memutuskan berinvestasi di saham Unilever pascadanya seruan aksi boikot produk Israel. (Ajzen, 2005).	<i>Control Belief</i> (Bhatti & Husin, 2020), (Ustman et al., 2022).	<i>Perceived Power</i> (Bhatti & Husin, 2020), (Ustman et al., 2022).	Berkaitan dengan suatu faktor keyakinan yang mengontrol seorang investor untuk dapat berinvestasi di saham Unilever.	Interval
				Berkaitan dengan seberapa kuat pengaruh keyakinan yang mengontrol, sehingga dapat menimbulkan persepsi kemudahan maupun kesulitan untuk berinvestasi di saham Unilever.	
4	Ekpektasi (X4) merupakan pandangan seorang investor yang akan menanamkan modalnya di saham Unilever, terhadap suatu hasil yang akan didapatkan kelak (Ismiyanti & Mahadwartha, 2020), (Putri & Ratnadi, 2023).	Ketertarikan terhadap <i>return</i> (Khoirunnisa, 2017), (Trisnatio, 2017), (Novaldi, 2022).	<i>Return</i> yang tinggi (Khoirunnisa, 2017), (Trisnatio, 2017), (Novaldi, 2022).	Seberapa besar ketertarikan seorang investor terhadap <i>return</i> yang akan didapatkan ketika menanamkan modalnya di saham Unilever.	Interval
				Seberapa besar ekspektasi seorang investor untuk memperoleh <i>return</i> yang tinggi pada saat menanamkan modalnya di saham Unilever.	
5	Religiositas Islam (Z) adalah tingkat keyakinan dan ketaatan suatu individu terhadap	<i>Engaging in Bodily worship of God</i> (Olufadi & Yunusa, 2017).		Terlibat dalam ibadah/praktik ritual fisik keagamaan kepada tuhan.	Interval

	ajaran agama Islam yang tergambar dalam praktik ritual keagamaannya, baik secara vertikal (kepada Tuhan) maupun horizontal (kepada antar manusia) (Suryadi & Hayat, 2021).	<i>Recommended Acts</i> (Olufadi & Yunusa, 2017).	Tindakan positif yang direkomendasikan oleh Allah SWT dan sangat dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW.	
		<i>Sinful acts</i> (Olufadi & Yunusa, 2017).	Tindakan negatif yang dilarang agama yang dapat menimbulkan dosa bagi individu yang melakukannya.	
6	Intensi Investasi (Y) merupakan keinginan suatu individu untuk menanamkan modalnya di saham Unilever guna mengharapkan suatu <i>output</i> tertentu pasca menjadi sasaran pemboikotan produk pro Israel. (Ajzen, 1985), (Hati et al., 2021).	Berencana untuk berinvestasi (Ladamay et al., 2021), (Hati et al., 2021), (Ustman et al., 2022).	Investor berencana untuk menanamkan modalnya di saham Unilever.	Interval
		Berniat untuk berinvestasi (Ladamay et al., 2021), (Hati et al., 2021), (Ustman et al., 2022).	Investor berniat untuk menanamkan modalnya di saham Unilever.	
		Mencoba untuk berinvestasi (Ladamay et al., 2021), (Hati et al., 2021), (Ustman et al., 2022).	Investor mencoba untuk menanamkan modalnya di saham Unilever.	

Sumber: Diolah Penulis (2024)

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian yang digunakan kali ini yakni investor muslim di Jawa Barat yang belum pernah menanamkan modalnya di saham Unilever. Alasan menggunakan target populasi tersebut dikarenakan batasan masalah penelitian ini hanya terhadap pihak yang memang belum pernah berinvestasi di saham Unilever saja. Hal tersebut berlandaskan pada berbagai penelitian terdahulu yang meneliti seputar intensi, yang menggunakan subjek penelitian yang belum pernah melakukan suatu kegiatan, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Hardiansyah, 2023) dan (Humaidah, 2023). Alasan lain memakai batasan tersebut dikarenakan penulis memiliki gambaran bahwa disaat munculnya seruan boikot yang membuat

harga saham turun, akan muncul dua kemungkinan kubu yang saling berbanding terbalik. Kedua kubu tersebut yaitu pihak yang mencari peluang keuntungan dengan membeli saham pada saat harga sedang terjun jatuh dengan harapan akan meningkat di kemudian harinya, dan juga ada pihak yang justru ikut serta memboikot atas dasar kemanusiaan dan dukungan terhadap Palestina. Terkait batasan masalah terhadap pihak yang pernah berinvestasi di saham Unilever, akan penulis rekomendasikan untuk peneliti berikutnya yang ingin mengembangkan penelitian kali ini.

Selanjutnya, sampel pada penelitian yang digunakan kali ini yakni bagian dari cakupan jumlah populasi investor muslim di Jawa Barat. Selain itu, sampel diambil menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* yang dapat didefinisikan sebagai metode yang digunakan peneliti untuk menentukan sampel yang dibutuhkan secara subjektif, dengan gambaran bahwa sampel dapat memberikan suguhan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan (Ferdinand, 2014). Selanjutnya, kriteria responden atau sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yakni investor saham yang belum pernah menanamkan modalnya di saham Unilever, memeluk agama Islam dan bertempat tinggal di Provinsi Jawa Barat.

Pada penelitian yang dilakukan kali ini, dikarenakan menggunakan metode analisis jenis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) ditambah dengan total populasi yang tidak diketahui secara akurat berapa banyak jumlahnya, maka guna menentukan banyaknya sampel penelitian ini menggunakan rumus yang digagas oleh (Hair et al., 2021). Berdasarkan penjabaran (Hair et al., 2021) yang mengemukakan suatu rumus dalam hal menentukan berapa banyak jumlah sampel yang harus dipakai adalah sebagai berikut:

1. Gabungan jumlah terbanyak dari indikator formatif yang menaksir satu konstruksi dikalikan 10, atau
2. Gabungan jumlah terbanyak dari lajur struktural yang ditunjukan arahnya pada suatu model struktural dikalikan 10.

Berlandaskan rumus tersebut, didapatkan total perolehan sampel investor muslim Jawa Barat yang dibutuhkan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Butir pertanyaan terbanyak ditemukan pada variabel norma subjektif dengan jumlah 4 indikator formatif. Atas hal tersebut, didapatkan jumlah sebanyak $4 \times 10 = 40$.
2. Selanjutnya total keseluruhan indikator yang digunakan pada penelitian kali ini sebanyak 17 indikator formatif. Atas hal tersebut, didapatkan jumlah sebanyak $17 \times 10 = 170$.

Oleh karena itu berlandaskan rumus (Hair et al., 2021) yang telah dilakukan perhitungannya, maka jumlah perolehan target sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini sebanyak 40-170 investor muslim Jawa Barat yang belum pernah berinvestasi saham Unilever.

3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Instrumen Penelitian

Penelitian yang dilakukan kali ini menggunakan intrumen data primer yang hasilnya didapat dari seseorang secara langsung tanpa perantara dengan bentuk pengumpulan data berupa kuesioner. Pada kuesioner terdapat berbagai pertanyaan yang telah disusun serta diatur peneliti sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dan diisi oleh sampel atau responden penelitian yaitu investor muslim Jawa Barat melalui *google form*. Sekaran & Bougie (2016) menjelaskan bahwasannya instrumen ini selanjutnya dikembangkan dengan memakai skala semantik diferensial yang sering dipakai sebagai skala interval. Gambaran contoh dari wujud bentuk pengukuran skala interval yang akan digunakan untuk penelitian kali ini yakni sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Ukuran Semantik Diferensial

Pertanyaan Kiri	Rentang Jawaban							Pertanyaan Kanan
Tidak pernah ikut andil	1	2	3	4	5	6	7	Sering ikut andil
Tidak berdampak	1	2	3	4	5	6	7	Sangat berdampak
Tidak setuju	1	2	3	4	5	6	7	Sangat setuju
Tidak pernah melihat	1	2	3	4	5	6	7	Sering melihat
Tidak pernah dikaji	1	2	3	4	5	6	7	Sering dikaji

Sumber: Sekaran & Bougie (2016)

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan yakni sebagai berikut:

1. Kuesioner atau angket, yakni suatu cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data melalui penyebaran berbagai macam pertanyaan penelitian yang sudah disiapkan peneliti sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Dalam penelitian ini yang menjadi responden yakni investor muslim yang berdomisili di Jawa Barat dan juga belum pernah menanamkan modalnya di saham Unilever. Kuesioner ini dapat diisi menggunakan media *google form* yang disebarakan secara langsung (offline) dan tidak langsung (online) ke empat pembagian wilayah yang ada di Jawa Barat dengan target pengisian sebanyak 40-170 responden.
2. Studi pustaka, yakni suatu cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data melalui analisis literatur yang berasal dari berbagai referensi yang mana bahasannya masih berkaitan erat dengan topik permasalahan yang sedang dibawa dan dikaji dalam penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Pada saat data yang dibutuhkan dalam penelitian ini telah terkumpul, selanjutnya dilakukan suatu analisis menggunakan dua teknik yakni menggunakan analisis deksriptif dan juga analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). SEM-PLS dipakai dalam penelitian kali ini dilandaskan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Zeng et al. (2021) terhadap 139 jurnal range tahun 2002-2019 yang mengemukakan alasan penggunaan SEM-PLS dapat didasari oleh berbagai macam hal. Ukuran sampel yang kecil adalah alasan paling banyak ditemukan berdasarkan hasil uji tersebut, selain itu penelitian ini juga memerlukan indikator dalam setiap variabelnya. Oleh hal tersebutlah, penulis menggunakan SEM-PLS dalam menganalisis data kali ini. Selanjutnya, teknik analisis deskriptif dipakai guna memecahkan permasalahan dalam menjawab pertanyaan penelitian nomor satu, sementara itu untuk teknik analisis PLS-SEM dipakai guna memecahkan permasalahan dalam menjawab beberapa pertanyaan penelitian dari nomor dua hingga nomor sembilan.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Guna menjawab butir pertanyaan penelitian seputar bagaimana kategori intensi investor muslim Jawa Barat, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, ekspektasi *return* dan religiositas dalam berinvestasi saham Unilever pasca seruan boikot produk Israel, digunakan teknik analisis statistik deskriptif. Analisis ini dapat didefinisikan sebagai teknik yang dipakai guna memberikan suatu deskripsi ataupun gambaran yang bersifat empiris terkait berbagai data yang sudah terhimpun pada suatu penelitian (Ferdinand, 2014). Lazimnya, langkah yang perlu dipraktikkan guna menggarap data penelitian yakni sebagai berikut:

1. Sesi *editing* atau tahap dimana peneliti melakukan pemeriksaan ulang terkait jawaban responden yang telah mengisi kuesioner sebagai wujud untuk mengetahui kelengkapan, kekonsistenan serta kelogisan jawaban yang diberikan.
2. Sesi *coding* atau tahap dimana peneliti menyusun suatu klasifikasi data dengan cara diberikannya suatu kode pada setiap jawaban responden, guna memberikan kemudahan serta keefektifitasan pada saat peneliti akan menggarap serta menganalisis data tersebut.
3. Sesi *scoring* atau tahap dimana peneliti menuangkan skor pada bagian item jawaban yang telah dipilih oleh pengisi kuesioner atau dalam hal ini adalah responden penelitian. Pada saat proses pemberian skor, dilakukan melalui proses perhitungan bobot penilaian pada setiap pertanyaan yang ada di dalam kuesioner memakai skala likert yang sepadan dengan suatu ketentuan.
4. Sesi *tabulating* atau tahap dimana peneliti melakukan perubahan data, dari yang asalnya masih berwujud kasar instrumen menjadi wujud yang lebih tertata berbentuk tabel.

Berikutnya, rumus yang diutarakan (Azwar, 2012) mengenai formula penggolongan yakni sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Pengkategorian Setiap Pertanyaan

Skala	Kategori
$X > (\mu - 1,5\sigma)$	Sangat Tinggi

$(\mu + 0,5\sigma) < X \leq (\mu + 1,5\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 0,5\sigma) < X \leq (\mu + 0,5\sigma)$	Sedang
$(\mu - 1,5\sigma) < X \leq (\mu - 0,5\sigma)$	Rendah
$X \leq (\mu - 1,5\sigma)$	Sangat Rendah

Keterangan:

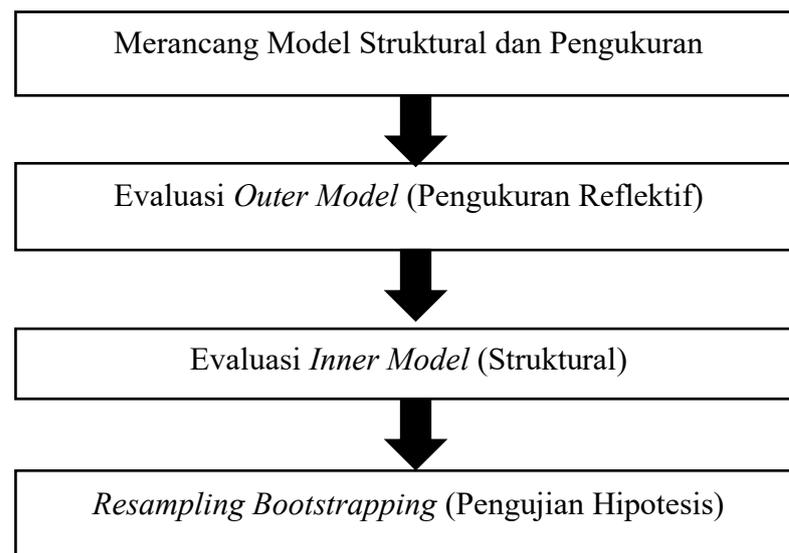
X = Skor empiris

μ = Rata-rata teoretis ($\frac{\text{Skor minimal} + \text{skor maksimal}}{2}$)

σ = Simpangan baku teoretis ($\frac{\text{Skor minimal} - \text{skor maksimal}}{6}$)

3.7.2 Analisis Partial Least Square- Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Rahmi (2022) mengemukakan bahwa SEM terbagi menjadi dua yaitu SEM-CB dan SEM-PLS. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini guna menjawab pertanyaan penelitian nomor kedua hingga sepuluh yakni menggunakan SEM-PLS. Alat ini lebih mengarah kepada penjelasan varians pada setiap variabel endogen ketika melakukan pemeriksaan model penelitian. PLS juga dikatakan sebagai alat yang lebih kuat dikarenakan dengan alat ini peneliti bisa mengkonfirmasi teori tanpa harus memakai banyak sampel (Ghozali, 2021). Terdapat berbagai tahap-tahap guna menganalisis suatu data memakai alat PLS, diantaranya sebagai berikut:



Gambar 3.1 Tahap-tahap Pengujian SEM-PLS

Sumber : Ghozali (2021)

1. Merancang Model Struktural dan Pengukuran

Dalam hal ini, merancang suatu *inner model* atau model struktural dimaksudkan juga sebagai proses menggambarkan hubungan antar variabel laten berlandaskan pada *substantive theory* (Ghozali, 2021). Selanjutnya, guna merancang suatu *outer model* atau model pengukuran dalam penelitian yang dilakukan kali ini didasarkan pada indikator yang sudah dijabarkan pada bahasan sebelumnya, yakni variabel Y (yang dipengaruhi) intensi berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel terdiri dari tiga butir indikator pembangun, sementara itu variabel X (yang memengaruhi) sikap terdiri dari tiga butir indikator pembangun, variabel X (yang memengaruhi) norma subjektif terdiri dari empat butir indikator pembangun, variabel X (yang mempengaruhi) persepsi kontrol perilaku terdiri dari dua butir indikator pembangun, variabel X (yang memengaruhi) ekspektasi *return* terdiri dari dua butir indikator pembangun, dan variabel Z (yang memediasi) religiositas terdiri dari tiga butir indikator pembangun.

2. Evaluasi Outer Model

Dalam hal ini, guna mengevaluasi *outer model* atau model pengukuran yang memakai indikator reflektif dilakukan dengan memerhatikan Validitas Diskriminan, *covergent validity* dan juga *composite reliability*. Selanjutnya, penjabaran mengenai pedoman pada saat mengevaluasi outer model yang memakai indikator reflektif antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.4
Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Validitas & Reliabilitas	Aturan
Validitas Diskriminan	Salah satu cara dalam menguji ini yakni dengan membandingkan AVE atau <i>average variance extracted</i> -nilai akar kuadrat terhadap suatu konstruk lain yang ada di dalam suatu model. Dalam hal ini, aturan yang berlaku yakni nilai AVE harus lebih besar dari 0,50.
<i>Covergent Validity</i>	Cara dalam menguji ini yakni dinilai berlandaskan hubungan antara skor item atau dengan kala lain skor komponen dengan suatu skor konstruk yang nilainya telah dihitung menggunakan PLS. Dalam hal ini, dapat disimpulkan jika nilainya lebih besar dari 0,70 maka ukuran reflektif dapat disebut tinggi.

<i>Composite Reliability</i>	Tujuan dilakukannya pengujian ini yaitu untuk melihat sekaligus mengukur reliabilitas atau dengan kata lain konsistensi internal pada suatu model dengan aturan nilainya harus lebih besar dari 0,70.
------------------------------	---

Sumber: Ghozali (2021)

3. Evaluasi *Inner Model*

Dalam hal ini, guna mengevaluasi *inner model* atau model struktural dapat dilakukan memakai berbagai analisis diantaranya yaitu analisis faktor inflasi varians (VIF), selanjutnya ada analisis *R-Square*, *F-Square* dan juga ada analisis *Q-Square* (Ghozali, 2021). Penjabaran masing-masing analisis yakni sebagai berikut:

- a. Analisis faktor inflasi varians (VIF) dilakukan guna mengetahui apakah data yang dimiliki dalam suatu model penelitian terkena kolinearitas atau tidaknya. Tanda bahwa suatu data terkena kolinearitas antar variabel laten yaitu nilai faktor inflasi varians (VIF) di atas lima. Sebaliknya jika nilai faktor inflasi varians (VIF) di bawah lima maka data tersebut tidak terkena kolinearitas antar variabel laten.
- b. Analisis R^2 atau *R-Square* dipakai guna mengindikasikan jika suatu model termasuk “baik”, ”moderat” serta “lemah” dengan masing-masing hasil R^2 yaitu 0.67, 0.33 dan 0.19 pada variabel dependen yang dipengaruhi oleh independen atau dengan kata lain pada variabel laten endogen.
- c. Analisis F^2 untuk *size effect*, nilai F^2 sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 menandakan terkait prediktor variabel laten menyandang suatu efek yang lemah, medium, atau juga besar dalam suatu tingkat struktural.
- d. Analisis *Q-Square predictive relevance*, jika didapatkan nilai *Q-Square* > 0 maka menggambarkan bahwa model mempunyai *predictive relevance* yang bagus. Sebaliknya, jika *Q-Square* < 0 maka menunjukkan bahwa suatu model terdapat kekurangan *predictive relevance*.

4. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Proses berikutnya pada saat memakai PLS-SEM yakni dilakukannya uji statistik dalam hal ini yaitu uji t. Uji ini dilakukan guna menganalisis terkait hasil bootstrapping atau dengan istilah lain yakni hasil koefisien jalur. Jikalau nantinya t hitung mendapatkan hasil lebih besar daripada t tabel (t hitung $>$ t tabel) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Dalam bagian lain, khususnya

guna melihat hasil uji hipotesis yang memakai alat PLS-SEM, bisa juga dilihat pada nilai p yang mana jikalau nilainya kurang dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima, berlaku juga sebaliknya. Rumusan hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

$H_0: \beta = 0$, artinya sikap tidak berpengaruh terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

$H_a: \beta > 0$, artinya sikap berpengaruh positif terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

b. Hipotesis Kedua

$H_0: \beta = 0$, artinya norma subjektif tidak berpengaruh terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

$H_a: \beta > 0$, artinya norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

c. Hipotesis Ketiga

$H_0: \beta = 0$, artinya persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

$H_a: \beta > 0$, artinya persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

d. Hipotesis Keempat

$H_0: \beta = 0$, artinya ekspektasi *return* tidak berpengaruh terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

$H_a: \beta > 0$, artinya ekspektasi *return* berpengaruh positif terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

e. Hipotesis Kelima

$H_0: \beta = 0$, artinya religiositas Islam tidak memoderasi pengaruh sikap terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

$H_a: \beta > 0$, artinya religiositas Islam memoderasi dan memperlemah pengaruh sikap terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

f. Hipotesis Keenam

$H_0: \beta = 0$, artinya religiositas Islam tidak memoderasi pengaruh norma subjektif terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

$H_a: \beta > 0$, artinya religiositas Islam memoderasi dan memperlemah pengaruh norma subjektif terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

g. Hipotesis Ketujuh

$H_0: \beta = 0$, artinya religiositas Islam tidak memoderasi pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

$H_a: \beta > 0$, artinya religiositas Islam memoderasi dan memperlemah pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

h. Hipotesis Kedelapan

$H_0: \beta = 0$, artinya religiositas Islam tidak memoderasi pengaruh ekspektasi *return* terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel

$H_a: \beta > 0$, artinya religiositas Islam memoderasi dan memperlemah pengaruh ekspektasi *return* terhadap intensi investor muslim berinvestasi saham Unilever pasca boikot produk Israel