

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu indikator variabel yang berada di kuesioner apakah jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

##### **4.1.1 Hasil Uji Validitas**

Berikut hasil uji validitas instrumen yang telah dilakukan:

###### **a. Karakteristik Bisnis Startup**

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengenai karakteristik bisnis startup yang mempunyai 11 pernyataan dengan responden sebesar 100 orang yakni seseorang yang pernah atau sedang melakukan investasi usaha di bidang startup. Uji validitas ini menggunakan program SPSS 16. Berikut hasil uji yang telah dilakukan:

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Karakteristik Bisnis Startup**

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Item 1	0,824	0,195	valid
Item 2	0,781	0,195	valid
Item 3	0,845	0,195	valid
Item 4	0,837	0,195	valid
Item 5	0,528	0,195	valid
Item 6	0,819	0,195	valid
Item 7	0,863	0,195	valid
Item 8	0,860	0,195	valid
Item 9	0,835	0,195	valid
Item 10	0,861	0,195	valid
Item 11	0,812	0,195	valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 di atas disebutkan terdapat 11 item pernyataan dalam kuesioner mengenai karakteristik bisnis startup. Untuk menentukan apakah dari setiap indikator pernyataan kuesioner valid atau tidak dapat melihat perbandingan antara  $R_{tabel}$  dan  $R_{hitung}$ . Dalam tabel 4.1 dengan nilai *r product moment* (Sugiyono, 2017) apabila N sebesar 100 dengan tingkat  $\alpha = 0,05$  maka menunjukkan  $R_{tabel}$  sebesar 1,95 artinya bahwa masing-masing item dari kuesioner mempunyai hasil yang valid, sehingga dapat dikatakan bahwa 11 pernyataan yang ada dalam kuesioner dapat dikatakan valid. Sebelum data terkumpul sebanyak 100 responden, peneliti melakukan uji validitas dengan 40 responden dengan hasil  $R_{tabel} > R_{hitung}$  artinya bahwa dikatakan.

## b. Keputusan Investasi

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengenai keputusan investasi terdapat 4 pernyataan yang berada dalam kuesioner yang diisi dengan 100 responden. Responden ini merupakan seseorang yang pernah atau sedang melakukan investasi usaha di bidang startup. Uji validitas ini menggunakan program SPSS 16. Berikut hasil uji yang telah dilakukan:

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Keputusan Investasi**

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Item 1	0,742	0,195	valid
Item 2	0,760	0,195	valid
Item 3	0,793	0,195	valid
Item 4	0,800	0,195	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 disebutkan terdapat 4 pernyataan didalam kuesioner mengenai keputusan investasi. Untuk menentukan valid tidaknya suatu instrumen digunakan perbandingan antara  $R_{tabel}$  dan  $R_{hitung}$ . Berdasarkan tabel diatas disebutkan bahwa masing-masing instrument menunjukkan bahwa  $R_{hitung} > R_{tabel}$ , sehingga dapat dikatakan bahwa 4 pernyataan yang berada dalam kuesioner adalah valid.

#### 4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas dilakukan, dilanjutkan dengan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yang mempunyai nilai 0,6. Kuesioner dapat dikatakan *reliabel* apabila masing-masing variabel mempunyai nilai *Cronbach alpha* > 0,6. Berikut hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan ditunjukkan pada tabel 4.3:

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Karakteristik Bisnis Startup</b>		
<b>Item Pertanyaan</b>	<b><i>Cronbach Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Karakteristik Pendiri Startup	0,821	Reliabel
Karakteristik Produk	0,804	Reliabel
Karakteristik Pasar	0,785	Reliabel
Keputusan Investasi	0,778	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan persyaratan apakah suatu kuesioner dapat dikatakan *reliabel* bahwa nilai *Cronbach alpha* > 0,6. Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai *Cronbach alpha* > 0,6. Sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini *reliabel*. Sebelum dilakukan uji reliabilitas dengan jumlah responden 100, peneliti melakukan uji reliabilitas dengan responden sebanyak 40 yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai *Cronbach alpha* > 0,6.

## 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

### 4.2.1 Deskripsi Data Variabel

Sampel dalam penelitian adalah seseorang yang pernah atau sedang melakukan investasi usaha di bidang startup yang saat ini berdomisili di Yogyakarta dan data yang terkumpul sebanyak 100 responden. Kuesioner dibagikan melalui *platform* google form dimana kuesioner disebar melalui *online*. Data dalam kuesioner terdapat data pertama adalah demografi yang berisi nama atau inisial, usia, asal daerah, dan pendidikan terakhir. Kedua, mengenai karakteristik bisnis startup dengan variabel karakteristik pendiri startup, karakteristik produk startup, karakteristik pasar startup. Ketiga, adalah keputusan investasi.

Pernyataan diukur melalui Skala Likert untuk variabel karakteristik startup dan keputusan investasi. Dimana dengan menggunakan Skala Likert ini responden diminta untuk memberikan penilaian dari masing-masing pernyataan antara nilai 1 hingga 5. Untuk kriteria dengan nilai 1 responden menunjukkan pernyataan bahwa sangat tidak setuju, nilai 2 responden menunjukkan pernyataan bahwa tidak setuju, 3 responden menunjukkan pernyataan netral, 4 responden menunjukkan pernyataan bahwa setuju, dan 5 responden menunjukkan pernyataan sangat setuju. Deskripsi data yang telah dilakukan ditunjukkan melalui tabel 4.4:

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas**

**Descriptive Statistics**

	<b>N</b>	<b>Minimu m</b>	<b>Maximu m</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Karakteristik Pendiri	100	9.00	25.00	20.800	2.86744
Karakteristik Produk	100	6.00	15.00	11.5900	1.85916
Karakteristik Pasar	100	4.00	15.00	11.6100	1.91166
Keputusan Investasi	100	10.00	20.00	15.9000	2.18581
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 disebutkan bahwa jumlah responden yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 100. Pertama, variabel karakteristik pendiri yang mempunyai nilai skor minimum sebesar 9 dan nilai skor maksimum sebesar 25 dengan rata-rata skor 20,8 serta standar deviasi 2,86. Kedua variabel karakteristik produk memiliki nilai skor minimum sebesar 4 dan nilai skor maksimum 15. Rata-rata dan standar deviasi dari karakteristik produk masing-masing bernilai 11,59 dan 1,85. Ketiga, variabel karakteristik pasar memiliki nilai skor minimum sebesar 4 dan nilai skor maksimum 15. Rata-rata dan standar deviasi dari karakteristik pasar masing-masing sebesar 11,61 dan 1,911. Variabel terakhir adalah keputusan investasi yang memiliki nilai skor minimum sebesar 10 dan nilai skor maksimum 20. Rata-rata dan standar deviasi dari variabel ini masing-masing sebesar 15,9 dan 2,18.

#### 4.2.2 Deskripsi Data Responden

Sebelum responden mengisi beberapa pernyataan dalam kuesioner mengenai karakteristik bisnis startup terhadap keputusan investasi, responden diminta untuk mengisi data pribadi yang mencakup jenis kelamin, umur, asal daerah, dan tingkat pendidikan. Responden yang dipilih adalah individu yang pernah atau sedang melakukan investasi usaha di bidang startup. Jumlah responden yang terkumpul berjumlah 100. Data responden disajikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	<b>Faktor Demografi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Jenis Kelamin	Laki-Laki	54	54%
	Perempuan	56	56%
Usia	< 25 tahun	52	52%
	25 tahun – 34 tahun	41	41%
	35 tahun-44 tahun	4	4%
	45 tahun-59 tahun	3	3%
	> 59 tahun	-	-
Asal Daerah	DKI Jakarta	12	12%
	DIY	41	41%
	Jawa Barat	14	14%
	Jawa Tengah	18	18%
	Jawa Timur	2	2%
	Kalimantan Timur	5	5%
	Lampung	2	2%
	Bangka Belitung	1	1%
	Sumatra Utara	1	1%
	Riau	4	4%
Pendidikan terakhir	SMA	22	22%
	Diploma	14	14%
	Sarjana (S1)	59	59%
	Master (S2)	5	5%
	Doktoral (S3)	-	-

## 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

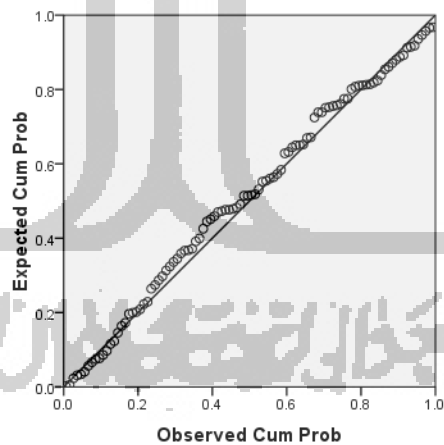
### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil uji dapat dikatakan normal apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal. Berikut hasil uji normalitas yang dilakukan:

**Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Investasi



Berdasarkan gambar diatas bahwa data yang tersebar cenderung mengikuti garis normal maka dapat dikatakan bahwa tidak ada gejala normalitas.



### 4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dengan melihat dari nilai *tolerance* dimana jika tidak terjadi multikolinieritas nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan *variance inflation factor* (VIF)  $< 10$ .

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity statistics	
	Tolerance	VIF
Karakteristik Pendiri	0,457	2,186
Karakteristik Produk	0,579	1,728
Karakteristik Pasar	0,477	2,098

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

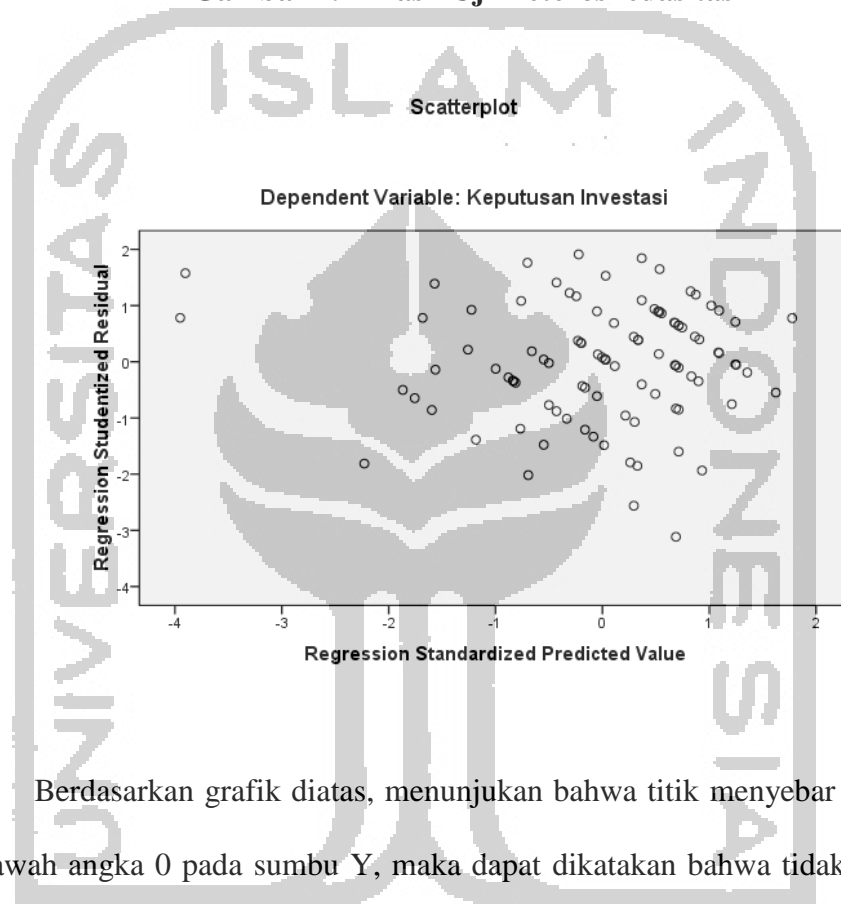
Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari karakteristik pendiri yang memiliki nilai *tolerance* 0,513, karakteristik produk yang memiliki nilai *tolerance* 0,624, dan karakteristik pasar 0,544. Masing-masing dari variabel independen mempunyai nilai *tolerance*  $> 0,10$ . Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas.

### 4.3.3 Hasil Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Model yang baik apabila hasil uji tidak ada gejala heteroskedasitas dengan

kriteria apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.

**Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedasitas**



Berdasarkan grafik diatas, menunjukkan bahwa titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada gejala heteroskedasitas.

#### **4.4 Hasil Uji Hipotesis**

##### **4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Berikut hasil uji regresi linier berganda:

**Tabel 4. 7 Hasil Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.774	1.046		2.652	0.009		
Karakteristik Pendiri	0.264	0.070	0.347	3.784	0.000	0.457	2.186
Karakteristik Produk	0.335	0.096	0.285	3.497	0.001	0.579	1.728
Karakteristik Pasar	0.322	0.103	0.282	3.137	0.002	0.477	2.098

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

$$KPi = \alpha + \beta_1 K P_n + \beta_2 K P_r + \beta_3 K P_s$$

$$KPi = 2,774 + 0,264 K P_n + 0,335 K P_r + 0,322 K P_s$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat di analisis sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,774 dengan nilai positif menunjukkan bahwa keputusan investasi (KPi) akan bernilai 2,774 jika variabel karakteristik pendiri (KPi), Karakteristik Produk (KPr), Karakteristik Pasar (KPs) bernilai 0.
2. Variabel karakteristik pendiri (KPn) memiliki koefisien regresi sebesar 0,264 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh karakteristik pendiri mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan investasi. Jadi setiap kenaikan 1% variabel karakteristik pendiri akan menyebabkan kenaikan pada keputusan investasi sebesar 0,264 dengan asumsi variabel lainnya bernilai konstan. Hasil ini juga menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki karakteristik

pendiri yang baik maka, seorang investor akan lebih tertarik dalam penanam dana mereka.

3. Variabel karakteristik produk (Kpr) memiliki koefisien 0,335 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh karakteristik produk mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan investasi. Jadi setiap kenaikan 1% variabel karakteristik produk akan menyebabkan kenaikan pada keputusan investasi sebesar 0,335 dengan asumsi variabel lainnya bernilai konstan. Hasil ini juga menunjukkan bahwa bisnis startup yang memiliki karakteristik produk yang baik maka, seorang investor akan lebih tertarik dalam penanam dana mereka.
4. Variabel karakteristik pasar (Kps) memiliki koefisien 0,322 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh karakteristik pasar mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan investasi. Jadi setiap kenaikan 1% variabel karakteristik pasar akan menyebabkan kenaikan pada keputusan investasi sebesar 0,322 dengan asumsi variabel lainnya bernilai konstan. Hasil ini juga menunjukkan bahwa bisnis startup yang memiliki karakteristik pasar yang baik maka, seorang investor akan lebih tertarik dalam penanam dana mereka.

#### **4.4.2 Koefisien Determinasi**

Nilai koefisien determinasi digunakan dalam penelitian ini menggunakan  $R^2$  dimana digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

**Tabel 4. 8 Hasil Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794a	0.631	0.619	1.34863	2.049

a. Predictors: (Constant), Karakteristik Pasar, Karakteristik Produk, Karakteristik Pendiri

b. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Nilai  $R^2$  berdasarkan pada tabel 4.9 menunjukkan hasil sebesar 0,631. Artinya bahwa 63,1% keputusan investasi dapat dijelaskan oleh karakteristik pendiri, karakteristik produk, karakteristik pasar, sedangkan 36,9% keputusan investasi dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan kedalam penelitian.

#### 4.4.3 Hasil Uji F

Tujuan dilakukannya uji statistik F ini untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Dimana dasar pengambilan keputusan ini jika, nilai probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  maka dapat dikatakan

bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji yang telah dilakukan sebagai berikut:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji F**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	298.395	3	99.465	54.687	.000 <sup>a</sup>
Residual	174.605	96	1.819		
Total	473.000	99			

a. Predictors: (Constant), Karakteristik Pasar, Karakteristik Produk, Karakteristik Pendiri

b. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas ditunjukkan melalui sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yakni karakteristik pendiri, karakteristik produk, karakteristik pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

#### 4.4.4 Hasil Uji T

Uji statistik T ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh semua variabel bebas secara parsial akan mempengaruhi variabel terikatnya. Dasar pengambilan keputusan apabila nilai probabilitas (signifikansi) < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji yang telah dilakukan sebagai berikut:

**Tabel 4. 10 Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.774	1.046		2.652	0.009		
Karakteristik Pendiri	0.264	0.070	0.347	3.784	0.000	0.457	2.186
Karakteristik Produk	0.335	0.096	0.285	3.497	0.001	0.579	1.728
Karakteristik Pasar	0.322	0.103	0.282	3.137	0.002	0.477	2.098

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Pengaruh karakteristik pendiri terhadap keputusan investasi *business angel* Berdasarkan tabel 4.10 variabel karakteristik pendiri mempunyai tingkat sig. sebesar 0,00 yang artinya bahwa lebih kecil daripada 0,05, dimana hipotesis pertama dapat diterima, Demikian, dapat diterima bahwa karakteristik pendiri berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi *business angel*.
2. Pengaruh karakteristik produk terhadap keputusan investasi *business angel* Berdasarkan tabel 4.10 variabel karakteristik produk mempunyai tingkat sig. sebesar 0,01 yang artinya bahwa lebih kecil daripada 0,05, dimana hipotesis pertama dapat diterima, Demikian, dapat diterima bahwa

karakteristik produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi *business angel*.

3. Pengaruh karakteristik produk terhadap keputusan investasi *business angel*. Berdasarkan tabel 4.10 variabel karakteristik produk mempunyai tingkat sig. sebesar 0,02 yang artinya bahwa sama dengan 0,05, dimana hipotesis pertama dapat diterima, Demikian, dapat diterima bahwa karakteristik produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi *business angel*.

## 4.5 Pembahasan

### 4.5.1 Pengaruh Karakteristik Pendiri Terhadap Keputusan Investasi

Hasil perhitungan oleh uji t yang telah dilakukan bahwa variabel karakteristik pendiri bisnis startup memiliki nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai batas toleransi kesalahan yaitu 0,05. Dapat disimpulkan dalam nilai signifikansi dalam perhitungan uji t yang dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang artinya bahwa karakteristik pendiri memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi *business angel*.

Pada penelitian ini karakteristik pendiri memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi *business angel* yang dinilai melalui lima karakteristik pendiri. Pertama, investor lebih menyukai pendiri yang mampu



mengorganisir tim manajemen. Kedua, investor akan mempertimbangkan pengalaman dari si pendiri. Ketiga, investor lebih menyukai pendiri yang mempunyai jiwa *entrepreneur*. Keempat, investor akan mempertimbangkan pengetahuan pendiri mengenai bisnis yang saat ini dijalani. Kelima, investor akan mempertimbangkan latar belakang pendidikan dari pendiri startup. Kelima pernyataan tersebut mampu mempengaruhi hasil keputusan investasi yang dilakukan *business angel*.

Dengan menilai pengalaman, kemampuan, dan pendidikan yang dimiliki oleh seorang pendiri startup, *business angel* akan lebih mempercayai pendiri untuk menjalankan bisnis startup dengan baik. Pendiri yang memiliki mengorganisir tim manajemen, memiliki kemampuan *entrepreneur*, tingkat pendidikan diharapkan mampu untuk mengidentifikasi dan menjelaskan strategi yang mampu untuk mendukung pertumbuhan bisnis tersebut. Pengalaman kerja yang dimiliki pendiri juga dapat berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan startup dimana *business angel* mengharapkan pendiri mampu mengurangi kesalahan-kesalahan dalam praktek kerja bisnis baik dari segi manajemennya hingga operasional kerja, sehingga mampu meminimalisir biaya dari kesalahan-kesalahan tersebut serta mampu menjadikan bisnis tersebut untuk sukses.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Talalaia dkk (2016), Ratzinger dkk (2018), Carpentier & Suret (2015), White & Dumay (2018), Iruarrizaga dkk (2017), Cox dkk (2017), Sohl & Blease (2015) bahwa karakteristik pendiri startup akan mempengaruhi keputusan investasi para *business angel*.

#### 4.5.2 Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Investasi

Dalam Penelitian ini mampu membuktikan bahwa *business angel* dalam melakukan investasi pada bisnis startup dipengaruhi oleh karakteristik produk startup tersebut. Hal ini dapat dibuktikan melalui pengujian tes hipotesis dengan uji t yang digunakan untuk mengukur pengaruh karakteristik produk terhadap keputusan investasi. Uji t yang dilakukan menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,01 dimana lebih kecil dari batas toleransi kesalahan yaitu 0,05. Dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dalam perhitungan uji t yang dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang artinya bahwa karakteristik produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi *business angel*.

Variabel karakteristik produk ini memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi *business angel* yang dinilai melalui tiga karakteristik yang ditulis dalam kuesioner. Pertama, investor lebih mempertimbangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Rata-rata responden menjawab pertanyaan ini dengan jawaban setuju dan sangat setuju. Produk yang sesuai dengan permintaan pasar membuat para investor yakin bahwa produk yang nantinya akan ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut, sehingga mampu memposisikan produknya sesuai dengan permintaan konsumen pada saat itu. Kedua, investor lebih mempertimbangkan produk yang berbasis teknologi. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden rata-rata memilih jawaban netral dan setuju. Investor tidak hanya menginvestasikan dana mereka kedalam bisnis startup yang

berbasis teknologi. Responden yang memilih untuk menginvestasikan produk berbasis teknologi dianggap karena produk tersebut sesuai dengan *trend* industri di masyarakat yang mampu memudahkan dan memecahkan persoalan yang ada didalamnya. Ketiga, investor lebih mempertimbangkan bisnis startup yang mempunyai keunikan produk. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju, setuju, netral, dan ada juga yang menjawab tidak setuju. Berdasarkan teori yang ada responden yang menjawab setuju menganggap bahwa produk yang memiliki keunikan mempunyai konsep produk yang berbeda dengan para usaha lainnya. Konsep yang berbeda ini dapat dijadikan sebagai keunggulan kompetitif bagi startup itu sendiri, apabila nantinya mulai muncul kompetitor.

Karakteristik produk ini yang menjadikan pertimbangan bagi investor untuk membuat sebuah keputusan investasi. Maka, hasil penelitian ini didukung oleh penelitian milik Zinecker & Bolf (2015), Iruarrizaga dkk (2017), Sudek (2006), Rostamzadeh dkk (2014), Li dkk (2014), Carpentier & Suret (2015) yang menunjukkan hasil bahwa karakteristik produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi.

#### **4.5.3 Pengaruh Karakteristik Pasar Terhadap Keputusan Investasi**

Hasil perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini mampu membuktikan bahwa karakteristik pasar mampu mempengaruhi keputusan investasi para *business angel* untuk berinvestasi di bisnis startup. Hal ini mampu dibuktikan melalui pengujian hipotesis melalui uji t. Variabel karakteristik pasar

mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,02 dimana lebih kecil dari batas toleransi kesalahan yaitu sebesar 0,05. Dapat disimpulkan melalui uji t t yang dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang artinya bahwa karakteristik pasar memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi *business angel*.

Variabel karakteristik pasar ini memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi *business angel* yang dinilai melalui tiga karakteristik yang ditulis dalam kuesioner. Pertama, investor lebih mempertimbangkan bisnis startup yang akan menciptakan pasar baru. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa rata-rata responden menjawab netral dan setuju. Responden yang menjawab pertanyaan ini menganggap bahwa pada awal berdirinya bisnis startup tidak mempunyai kompetitor yang besar atau mereka memilih pasar dengan ruang lingkup yang kecil. Dengan kompetitor yang kecil startup yang mampu menawarkan produk sesuai dengan *trend* masyarakat akan menciptakan pasar yang baru, dan startup tersebut akan menjadi *leader*. Kedua, investor akan mempertimbangkan bisnis startup yang mempunyai target pasar dengan tingkat pertumbuhan yang baik pada saat ini. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden memilih jawaban setuju, netral. Penting untuk para investor melihat tingkat pertumbuhan pasar saat ini. Tingkat pertumbuhan pasar yang baik dan tumbuh dianggap sebagai alasan yang menarik untuk memasuki pasar tersebut karena dinilai mampu menciptakan keuntungan yang diharapkan. Akan tetapi, tingkat pertumbuhan pasar yang baik biasanya memiliki kompetitor yang besar, oleh karena itu apabila bisnis startup tidak memiliki keunggulan

kompetitif, maka startup tersebut akan tertinggal. Ketiga, investor akan mempertimbangkan industry bisnis startup yang sudah ia kenali sebelumnya. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden menjawab pertanyaan dengan jawaban netral dan setuju. Investor akan memilih menginvestasikan dananya pada industri bisnis startup yang sudah familiar, dikarenakan anggota tim manajemen startup mampu mengatasi persoalan-persoalan apabila muncul banyaknya para pesaing, sehingga mereka tetap mempunyai keunggulan kompetitif dan *positioning* didalam pasar yang dipilih.

Karakteristik pasar ini yang menjadikan pertimbangan bagi investor dalam membuat sebuah keputusan investasi. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Rostamzadeh dkk (2014), Iruarrizaga dkk (2017), Carpentier & Suret (2015), Sudek (2006), Zinecker & Bolf (2015), Ottavia (2014), Cox dkk (2017) yang menunjukkan hasil bahwa pengambilan keputusan investasi dapat dipengaruhi oleh karakteristik pasar bisnis startup.