

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the factors that shape consumer perceptions of gold bar product as an investment. Research data is the primary data, with the questionnaire as a research instrument. The questionnaire distributed to consumers in the Toko Emas Jaya Makale, Tana Toraja. From the results of the research note that the perception of the consumer gold bar products as investment, was larger by external factors which include: the display of products, attributes stimulus situation and the environment compared with the internal factors that include: experience, needs at this time, the values and of the expectation / hope. Benefits of this research can be used as information in an effort to increase demand for gold bar products.

Keywords: consumer perceptions, gold bar product, investment.

ABSTRAK

Penelitian ini mencoba untuk menganalisis faktor-faktor yang membentuk persepsi konsumen terhadap produk emas batangan sebagai investasi. Data penelitian merupakan data primer, dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner disebarkan pada konsumen Toko Emas Jaya di kawasan Makale, Tana Toraja. Dari hasil penelitian diketahui bahwa bahwa persepsi konsumen terhadap produk emas batangan sebagai investasi, dibentuk lebih besar oleh faktor eksternal yang meliputi: tampilan produk, sifat-sifat stimulus dan situasi lingkungan dibandingkan dengan faktor internal yang meliputi: pengalaman, kebutuhan saat ini, nilai-nilai yang dianut dan ekspektasi / harapan. Manfaat penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi dalam usaha untuk dapat meningkatkan permintaan terhadap produk emas batangan.

Kata-kata kunci: Persepsi Konsumen, Emas Batangan, Investasi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Persepsi Konsumen	9
2.2 Perilaku Konsumen	23
2.3 Resiko yang Dipersepsikan Konsumen	25
2.4 Investasi	28
2.5 Emas Batangan	31
2.6 Kerangka Pemikiran	36
2.7 Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	38
3.2 Jenis Penelitian	38
3.3 Definisi Operasional Variabel	39
3.3.1 Identifikasi Variabel	39
3.3.2 Definisi Operasional	40
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Alat Analisis	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden	52
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.3 Analisis Deskriptif	56

4.3.1	Faktor Internal	56
4.3.2	Faktor Eksternal	62
4.3.3	Persepsi Konsumen	69
4.4	Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal Terhadap Persepsi Konsumen	72
4.4.1	Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda	72
4.4.2	Analisis Korelasi Ganda	74
4.4.3	Analisis Koefisien Determinasi	74
4.4.4	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji-F)	75
4.4.5	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)	76

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	78
5.2	Saran	79

DAFTAR PUSTAKA	80
-----------------------------	----

LAMPIRAN	82
-----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Hierarki Kebutuhan	14
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen	24
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3.1	Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Untuk Uji-F	50
Gambar 3.2	Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Untuk Uji-t dua pihak	51

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Usia Responden	53
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden	54
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	55
Tabel 4.5	Tanggapan Responden atas pernyataan: Anda sering melakukan pembelian produk emas batangan	57
Tabel 4.6	Tanggapan Responden atas pernyataan: Menurut anda, tujuan pembelian emas batangan adalah untuk investasi	57
Tabel 4.7	Tanggapan Responden atas pernyataan: Anda memperhatikan/ memantau perkembangan produk emas dari waktu ke waktu	58
Tabel 4.8	Tanggapan Responden atas pernyataan: Suasana hati ikut berperan dalam mempengaruhi anda pada pembelian produk emas	58
Tabel 4.9	Tanggapan Responden atas pernyataan: Kebutuhan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi anda pada pembelian produk emas batangan	59
Tabel 4.10	Tanggapan Responden atas pernyataan: Kebutuhan rasa aman dari resiko ekonomi dimasa akan datang (misalkan krisis maupun inflasi) mendorong anda untuk berinvestasi pada emas batangan	59

Tabel 4.11	Tanggapan Responden atas pernyataan: Dalam budaya masyarakat anda, emas memperlihatkan status seseorang sehingga mendorong anda berinvestasi pada emas	60
Tabel 4.12	Tanggapan Responden atas pernyataan: Anda yakin pada produk emas batangan untuk investasi masa depan dan penghindaran ketidakpastian ekonomi	61
Tabel 4.13	Tanggapan Responden atas pernyataan: Anda memiliki harapan terhadap produk emas batangan bahwa nilainya tidak akan pernah turun tetapi justru sebaliknya	61
Tabel 4.14	Tanggapan Responden atas pernyataan: Anda memiliki harapan memperoleh keuntungan dari selisih harga beli dan harga jual emas	62
Tabel 4.15	Tanggapan Responden atas pernyataan: Produk dan komponennya seperti persentase kemurnian ataupun karatnya mempengaruhi anda dalam pembelian produk emas batangan	63
Tabel 4.16	Tanggapan Responden atas pernyataan: Bentuk dan ukuran produk emas batangan yang bermacam-macam (1 gram, 5 gram, 10 gram dan seterusnya) memudahkan anda berinvestasi dikaitkan dengan pendapatan dan tabungan anda	63
Tabel 4.17	Tanggapan Responden atas pernyataan: Dari tampilan luar produk emas batangan terlihat kualitas dan daya tahan produk yang mempengaruhi persepsi anda untuk berinvestasi pada emas	64
Tabel 4.18	Tanggapan Responden atas pernyataan: Menurut anda, jika produk emas batangan dibuat dalam ukuran dan bentuk-bentuk	

	yang menarik, maka akan mempengaruhi pada jumlah pembelian emas batangan	65
Tabel 4.19	Tanggapan Responden atas pernyataan: Menurut anda, jika ada iklan mengenai produk emas batangan maka akan mempengaruhi persepsi anda untuk berinvestasi pada emas batangan	66
Tabel 4.20	Tanggapan Responden atas pernyataan: Pandangan / pendapat orang-orang di sekeliling anda (keluarga, kerabat, dan masyarakat sekitar) mendorong anda untuk berinvestasi pada produk emas batangan	66
Tabel 4.21	Tanggapan Responden atas pernyataan: Anda setuju dengan beberapa pandangan orang yang mengatakan bahwa harga emas secara umum (rata-rata) tidak pernah turun	67
Tabel 4.22	Tanggapan Responden atas pernyataan: Penurunan harga saham beberapa waktu lalu membuat anda berpikir bahwa resiko berinvestasi emas lebih kecil dibandingkan resiko berinvestasi pada saham ataupun surat berharga lainnya	67
Tabel 4.23	Tanggapan Responden atas pernyataan: Informasi dari berbagai media memperlihatkan bahwa produk emas batangan merupakan salah satu wahana investasi yang tepat	68
Tabel 4.24	Tanggapan Responden atas pernyataan: Dengan situasi perekonomian yang tidak menentu, mendorong anda untuk berinvestasi pada produk emas batangan	68
Tabel 4.25	Tanggapan Responden atas pernyataan: Pemilihan produk emas batangan merupakan pilihan investasi yang tepat	69

Tabel 4.26	Tanggapan Responden atas pernyataan: Produk emas batangan penting sebagai investasi untuk masa yang akan datang	70
Tabel 4.27	Tanggapan Responden atas pernyataan: Berinvestasi dengan menyimpan emas lebih menguntungkan dibanding dengan investasi saham, obligasi ataupun valuta asing	70
Tabel 4.28	Tanggapan Responden atas pernyataan: Di tengah krisis keuangan global, produk investasi emas merupakan investasi yang tepat karena nilainya yang kebal terhadap inflasi	71
Tabel 4.29	Tanggapan Responden atas pernyataan: Investasi produk emas batangan merupakan investasi yang sederhana, mudah dan praktis sehingga siapa pun bisa menjadi investor emas	71
Tabel 4.30	Tanggapan Responden atas pernyataan: Hasil Perhitungan Regresi	73
Tabel 4.31	Tanggapan Responden atas pernyataan: Hasil Penghitungan Korelasi	74
Tabel 4.32	Tanggapan Responden atas pernyataan: Penghitungan Anova ..	75

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pernyataan Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi
2. Berita Acara Bimbingan
3. Kuesioner Penelitian
4. Tabulasi Tanggapan Responden
5. Hasil SPSS