



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
MATA UANG DINAR IRAQ DI KOTA PADANG**

**Oleh:
FEBRIANTI
03 152 113**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

**PADANG
2009**

| | | |
|--|------------------|---------------------|
| No. Alumni Universitas | FEBRIANTI | No. Alumni Fakultas |
| a) Tempat / Tanggal Lahir: Padang / 3 Februari 1985 b) Nama Orang Tua: Zainal Abidin dan Marni c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 03 152 113 f) Tanggal Lulus: 11 Maret 2009 g) Predikat Lulus: Memuaskan h) IPK: 2,76 i) Lama Studi: 5 tahun 6 bulan j) Alamat Orang Tua: Jl.HIU 2 no 12 A, Ulak Karang Padang | | |

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
MATA UANG DINAR IRAQ DI KOTA PADANG
Skripsi S1 oleh Febrianti Pembimbing Dr.Ratni Prima Lita, SE.MM

ABSTRAK

Terdapat 3 motif kebutuhan manusia dalam memegang uang. Yakni, untuk memenuhi kebutuhan transaksi, untuk berjaga-jaga dan mencari keuntungan (investasi). Investasi bertujuan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Investasi mata uang Dinar Iraq merupakan salah satu yang paling diminati dewasa ini. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam melakukan keputusan pembelian, maka konsumen mampu memutuskan baik/tidaknya investasi Dinar ini untuk dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilihat faktor apa saja yang dapat mempengaruhi dan seberapa besar pengaruh tersebut terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

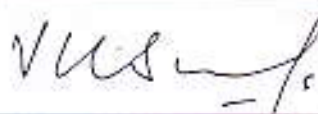


Penelitian ini dilakukan selama 1,5 bulan. Pengujian dilakukan dengan model pendekatan regresi, dimana faktor produk, harga, distribusi, promosi, pribadi dan psikologis sebagai faktor dependen, dan keputusan pembelian sebagai faktor independen.

Dari hasil pengujian diperoleh kesimpulan bahwa faktor produk, harga, distribusi, pribadi dan psikologis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mata uang Dinar. Sedangkan faktor promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (investasi) mata uang Dinar Iraq di kota Padang.

Kata kunci: investasi, konsumen bisnis, perilaku konsumen, keputusan pembelian

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 11 Maret 2009

Abstrak telah disetujui oleh :

| | | | |
|--------------|--|---|--|
| Tanda Tangan | 1.  | 2.  | 3.  |
| Nama Terang | Prof. Yusniar Ilyas, SE | Dr. Ratni Prima Lita, SE.MM | Ma'ruf, SE, M. Bus |

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

DR. Harif Amali Rivai, SE.MSi
NIP. 132 164 008


Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

| | | |
|------------------------|------------------------------|--------------|
| | Petugas Fakultas/Universitas | |
| No. Alumni Fakultas | Nama | Tanda Tangan |
| No. Alumni Universitas | Nama | Tanda Tangan |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah seorang ekonom terbesar di dunia, John Maynard Keynes pernah mengungkapkan bahwa ada tiga buah motif kebutuhan orang dalam memegang uang. Motif pertama adalah untuk memenuhi kebutuhan transaksi (*transaction motives*) misalnya membeli barang dan jasa. Kedua untuk berjaga-jaga atau mengamankan kebutuhan yang tak terduga sebelumnya (*precautinary motives*) misalnya untuk mengantisipasi biaya kesehatan. Jika kedua motif kebutuhan tersebut sudah berhasil dipenuhi, baru orang mencoba-coba menjalankan motif ketiga yakni spekulasi (*speculation motives*). Jenis yang termasuk kedalam motif ketiga ini adalah investasi, (Media Indonesia, edisi september 2007).

Investasi merupakan sarana terpenting dalam meningkatkan kemampuan memahami bahwa *no single investemnt is right for everyone*. Berbagai batasan seperti kebutuhan akan uang tunai, tujuan dan perilaku serta preferensi terhadap risiko, membuat setiap individu memilih investasi yang berbeda-beda. Menentukan investasi yang tepat membutuhkan sebuah perencanaan yang sesuai.

Orang menginvestasikan dananya pada suatu instrumen yang dikenalnya dan satu hal yang mereka pikir bahwa mereka mengetahui investasi tersebut adalah properti. Investasi dalam properti merupakan salah satu investasi yang membutuhkan dana besar dan secara historis selalu dapat mengimbangi tingkat inflasi. Apakah properti merupakan sarana investasi terbaik? Mungkin ya, mungkin tidak. Hal ini sangat bergantung dengan banyak aspek seperti penjelasan

di atas, antara lain kebutuhan akan uang tunai, prioritas tujuan dan preferensi anda terhadap risiko.

Investasi merupakan komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan dimasa datang. Harapan keuntungan di masa datang tersebut merupakan kompensasi atas waktu dan resiko yang terkait dengan investasi yang dilakukan. Dalam konteks investasi, harapan keuntungan tersebut sering juga disebut sebagai return. Tujuan investor dalam berinvestasi adalah memaksimalkan return, tanpa melupakan faktor resiko yang harus dihadapinya. Return merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung resiko atas investasi yang dilakukannya.

Melihat kondisi dunia saat ini, dengan amerika sebagai negara adidaya, maka tindakan-tindakan yang diambil oleh negara besar tersebut sangat mempengaruhi iklim investasi dunia. Salah satunya adalah investasi mata uang dinar Iraq. Hasil jajak pendapat yang dilakukan oleh majalah *Business Week* sejak tahun 1989, investasi paling diminati adalah properti. 25-40 persen koresponden menyatakan investasi dinar. Minat akan investasi ini semakin berkembang setelah amerika melancarkan agresi militernya di Iraq pada tahun 2003.

Mata uang Dinar Iraq yang baru ini tinggal menunggu waktu saja untuk memasuki pasar mata uang Internasional. Saat itulah yang dinanti para investor. Sebab nilai tukar Dinar Iraq akan segera kembali kepada posisi semula sebagaimana sebelum diterapkannya sanksi PBB dan invasi AS. Saat ini pula

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan studi ke lapangan, yakni dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 orang responden. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli mata uang Dinar Iraq di kota Padang. Dari pembahasan yang telah di kemukakan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata responden setuju bahwa faktor-produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dinar. keaslian dan produk tambahan dinar seperti sertifikat memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.
2. Hampir semua responden menyatakan setuju bahwa perbedaan harga uang yang bersertifikat dan yang tidak serta perbandingan harga beli dari beberapa agen sangat menentukan dalam keputusan pembelian. Ini artinya responden mengakui pengaruh harga juga signifikan dalam keputusan pembelian Dinar ini.
3. Sebagian besar responden juga menyatakan setuju bahwa keputusan mereka untuk membeli Dinar tersebut sangat dipengaruhi oleh kemudahan dan kecepatan proses distribusi Dinar. Responden harus mengetahui terlebih dahulu proses distribusi mata uang ini sebelum memutuskan untuk membelinya. Dapat disimpulkan bahwa distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan*. PT. Rineka Cipta: Jakarta
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- A. Shimp, Terence. 2003. **Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu**, Edisi Kelima, Jilid I, Erlangga: Jakarta.
- Boyd. Walker. Larreche. 2000. *Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Jilid I, Edisi Kedua, Erlangga: Jakarta.
- Bustami, Hanifah Dewi. 2005. *Analisa Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Sepeda Motor di Kota Padang*. Skripsi S1, Jurusan Manajemen Universitas Andalas. Padang.
- Engel, F. J. Roger D. Blackwell dan Paul W. Minard. 1994, *Perilaku Konsumen*. Edisi keenam, Binapura Aksara: Jakarta.
- Efendy, Ilman. 2006. *Analisa Bauran Pemasaran dalam Terhadap Pembelian Dollar Amerika Di Kota Medan*. Skripsi S1, Jurusan Manajemen Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Furua, Nisa. 2005. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pembelian Produk Tuperware di kota Medan*. Skripsi S1, Jurusan Manajemen Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Kanuk L. And Schiffman, G. L. 1994. *Consumer Behavior, 7/e*. Practice Hall
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran Jilid I-II*. Prenhalindo: Jakarta
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Ninth Edition. Prentice-Hall: New York.
- Kotler, P. 2000, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Millenium Edisi, Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P. 2007, *Manajemen Pemasaran: Jilid I*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indexs Kelompok Gramedia .