

SKRIPSI

RATNASARI SOERYA

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI PERSEPSI PEMBELAJARAN DAN
SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH REKSADANA
ASING PADA PT. WAHANA BERSAMA GLOBALINDO DI SURABAYA**



	CG89/05
	1 November 2004
	FE-a.
	FE-m
	SOE
	clpm-1
KOP. 10	1(satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2004

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, PEMBELAJARAN DAN
SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
REKSADANA ASING PADA PT. WAHANA BERSAMA GLOBALINDO
DI SURABAYA

SKRIPSI
Ini diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

RATNASARI SOERYA

3103000060

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

MEI 2004

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, PEMBELAJARAN DAN
SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
REKSADANA ASING PADA PT. WAHANA BERSAMA GLOBALINDO
DI SURABAYA

OLEH:

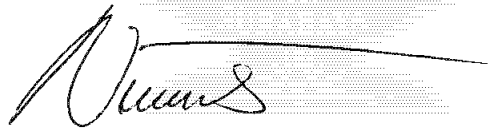
RATNASARI SOERYA

3103000060

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM PENGUJI



PEMBIMBING I, Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS



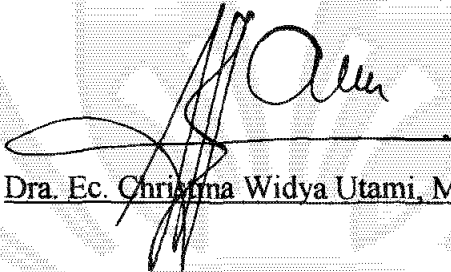
PEMBIMBING II, Dra. Ec. Ninuk Muljani, BA, MM

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: RATNASARI SOERYA . NRP 3103000060 .

Telah diuji pada tanggal 16 Juni 2004 dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:



Dra. Ec. Christina Widya Utami, MM

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Simon Hariyanto, AK



Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM

KATA PENGANTAR

Dengan sepenuh hati penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan sebab hanya karena hikmat akal budi dan penyertaanNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin, tetapi penulis sadar sepenuhnya akan adanya kekurangan serta keterbatasan yang ada pada diri penulis, oleh karena itu penulis menerima sepenuhnya saran dan kritik yang kiranya dapat memperbaiki skripsi ini.

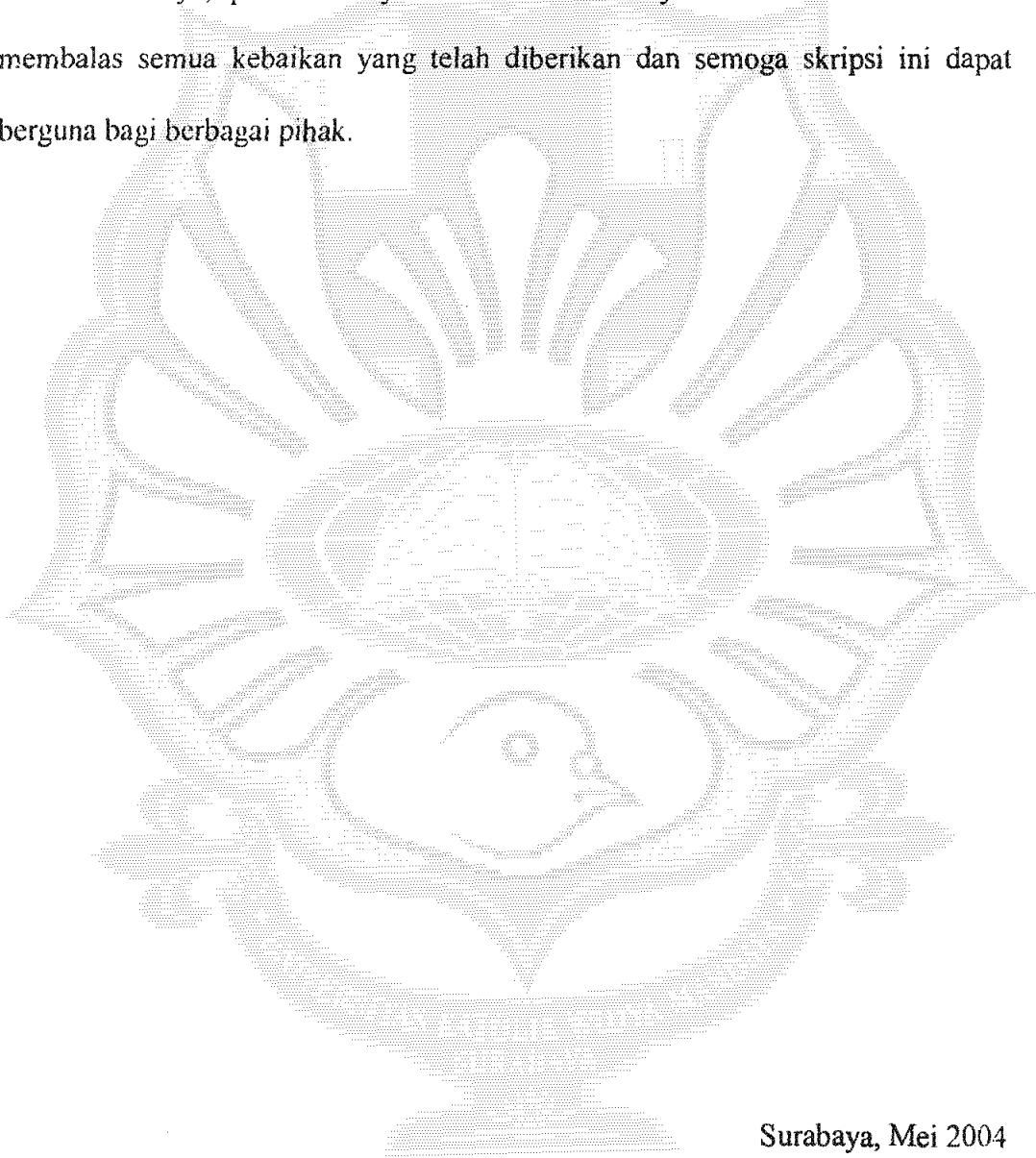
Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, BA, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu dalam mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh anggota keluarga, papa, mama, soerya dan daffy yang telah memberi perhatian dan memberi dukungan yang sangat besar kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman terbaik saya, San San, Rudy, Nathan, Charles, Christian, Andy, Evi, Lidya, Tanti, Ce Linda, Ko Ivan, Pak Marten, dan teman-teman yang lain yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara

moral inapun spiritual.

5. Keluarga besar PT. Wahana Bersama Globalindo yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, penulis hanya bisa berdoa kiranya Tuhan memberkati dan membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga skripsi ini dapat berguna bagi berbagai pihak.



Surabaya, Mei 2004

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAKSI	viii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Skripsi	5
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	6
2.1. Pengertian Pemasaran	6
2.2. Pengertian Perilaku Konsumen	7
2.3. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen	8
2.4. Motivasi	12
2.5. Persepsi	14
2.6. Pembelajaran	17
2.7. Sikap	19
2.8. Proses keputusan pembelian	22
2.9. Hubungan antara faktor psikologis dengan keputusan konsumen..	26

2.10. Hipotesis	27
BAB 3 : METODE PENELITIAN	28
3.1. Desain Penelitian	28
3.2. Identifikasi Variabel	28
3.3. Definisi Operasional	28
3.4. Jenis dan Sumber Data	30
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data	30
3.6. Pengukuran variabel	30
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.8. Teknik Pengambilan Data	32
3.9. Teknik Analisis Data	32
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis	35
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	39
4.2. Deskripsi dan pengolahan data	42
4.3. Teknik Analisis Data	43
4.4. Pembuktian Hipotesis	49
4.5. Pembahasan	53
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. Simpulan	57
5.2. Saran	57

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
Tabel 1.1. Dana Masyarakat Yang Dikelola Reksadana.....	2
Tabel 4.1. Pekerjaan dan Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.2. Koefisien Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.3. Koefisien Korelasi Berganda dan Determinasi Berganda.....	47
Tabel 4.4. Koefisien Korelasi Parsial dan Determinasi Parsial.....	48
Tabel 4.5. Nilai F_{hitung}	50
Tabel 4.6. Nilai t_{hitung}	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
Gambar 2.1. Model Motivasi Sederhana	14
Gambar 2.3. Bagan Proses Keputusan Pembelian	23
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT Wahana Bersama Globalindo di Surabaya	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

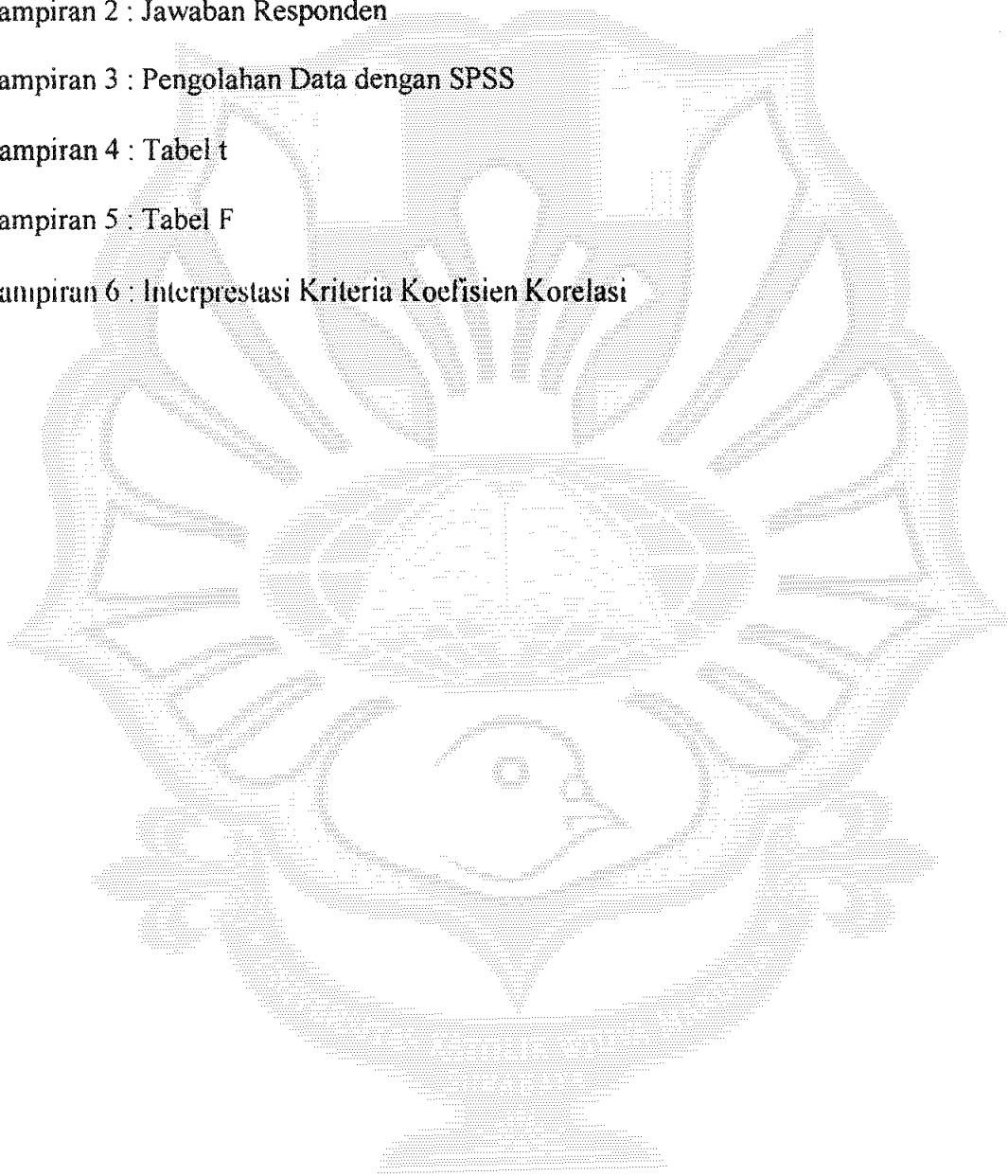
Lampiran 2 : Jawaban Responden

Lampiran 3 : Pengolahan Data dengan SPSS

Lampiran 4 : Tabel t

Lampiran 5 : Tabel F

Lampiran 6 : Interpretasi Kriteria Koefisien Korelasi



ABSTRAKSI

Sejak tahun 2002, terdapat fenomena menarik di Indonesia pada bidang investasi finansial, yaitu pertumbuhan dana di reksadana yang terus meningkat dibandingkan dana di perbankan. Melihat peluang ini, PT Wahana Bersama Globalindo menawarkan produk investasi reksadana asing yang umumnya dapat memberikan *return* lebih tinggi bila dibandingkan dengan reksadana dalam negeri. Tetapi ada kendala-kendala yang dihadapi, reksadana asing kurang dikenal oleh masyarakat umum bila dibandingkan dengan reksadana lokal, dan PT Wahana Bersama Globalindo adalah agen pemasar reksadana yang berbentuk Perseroan Terbatas dan bukan berbentuk perbankan, dimana masyarakat cenderung lebih memiliki kepercayaan terhadap perbankan.

Untuk itulah diperlukan analisis perilaku konsumen, antara lain aspek-aspek psikologis konsumen yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap sehingga pemasar dapat semakin meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah dalam mengambil keputusan menginvestasikan dana ke dalam reksadana tersebut.

Dalam penelitian ini ingin dibuktikan apakah motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap konsumen memiliki pengaruh yang bermakna terhadap keputusan memilih reksadana asing pada PT Wahana Bersama Globalindo, dan diantara keempat aspek tersebut manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen memilih reksadana asing pada PT Wahana Bersama Globalindo.

Dari hasil uji F yang didukung oleh hasil analisis koefisien regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi berganda (R) dan koefisien determinasi berganda (R^2), diperoleh bahwa motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap konsumen memiliki pengaruh yang bermakna terhadap keputusan memilih reksadana asing pada PT Wahana Bersama Globalindo.

Dari hasil uji t yang didukung oleh hasil analisis koefisien korelasi parsial (r) dan determinasi parsial (r^2), diperoleh bahwa motivasi memiliki pengaruh dominan, dimana nilai t_{hitung} dan r^2 dari variabel motivasi adalah yang terbesar diantara variabel lainnya yaitu persepsi, pembelajaran dan sikap.