

Analisis Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Emas Sebagai Investasi

(Studi Kasus Pegadaian Syariah Pekalongan)

Ahmad Muzaki

Ahmadmuzaki997@gmail.com

D3 Perbankana syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

Abstrak

Setiap manusia pasti mempunyai keinginan, sehingga muncul berbagai cara untuk memenuhi keinginan tersebut. Orang-orang mulai menyadari pentingnya investasi dan mencari investasi yang unggul. Sebagian besar investasi financial assets hanyalah berupa perjanjian-perjanjian yang tidak memiliki ketahanan terhadap inflasi. Ketika keadaan mulai bertambah buruk karena krisis ekonomi yang meluas, banyak orang yang mencari jaring penyelamat investasi mereka. Pada akhirnya kebanyakan ahli ekonomi menyarankan memilih investasi yang berupa riil assets seperti emas atau tanah. Namun dalam berinvestasi seseorang harus memperhatikan tingkat kebutuhan mereka, emas dan tanah termasuk jenis investasi jangka panjang.

Atas dasar hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumen (khususnya persepsi, gaya hidup, dan konsep diri) terhadap keputusan pembelian emas pada pegadaian syariah baik secara parsial maupun simultan.

Variabel penelitian yang diteliti adalah persepsi, gaya hidup, pengetahuan. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *probability sampling* yaitu sebanyak 100 responden.

Untuk memperoleh data yang diperlukan, maka dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan beberapa metode yaitu: Metode Observasi, Metode *Interview*, dan Dokumentasi.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial persepsi dan gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi, gaya hidup, dan konsep diri mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Abstrac

Every human being must have desire, so there are various ways to fulfill that desire. People are beginning to realize the importance of investing and seeking a superior investment. Most of the investments in financial assets are only those that have no resistance to inflation. As things start to get worse due to the widespread economic crisis, many people are looking for their investment savings nets. In the end most economists suggest choosing an investment in the form of real assets such as gold or land. But in investing one should pay attention to their level of need, gold and land including long term investment type.

On the basis of this study aims to analyze the influence of consumer behavior (especially perception, lifestyle, and self concept) to the purchase decision at Dwi Jaya Gold Store either partially or simultaneously.

Research variables studied were perception, lifestyle, knowledge. The research approach used in this research is qualitative and quantitative approach. Sampling method in this research is probability sampling method that is as much as 100 respondents.

To obtain the necessary data, then in this research the researcher will use some method that is: Observation Method, Interview Method, and Documentation.

The results showed that partially perceptions and lifestyle have a significant influence on purchasing decisions. Simultaneously the results showed that perception, lifestyle, and self-concept have a significant influence on purchasing decisions.

Kata kunci: Persepsi, Pengetahuan, Pengetahuan

Pendahuluan

Menurut indah (2010:12) dalam bukunya Setiap umat Islam jika ingin melakukan sesuatu harus berdasarkan dengan apa yang telah diajarkan oleh

Allah melalui Rosulnya. Begitu pula dalam urusan pengelolaan dananya. Seorang muslim boleh memilih tiga alternatif atas dananya, yaitu : (1) memegang kekayaannya dalam bentuk uang kas, (2) memegang tabungannya

dalam bentuk asset tanpa berproduksi seperti deposito bank, pinjaman, real asset dan permata, dan (3) menginvestasikan tabungannya. Henry (2009:4) Investasi adalah kegiatan mengalokasikan atau menanamkan sumber daya (resources) saat ini (sekarang) dengan harapan mendapatkan manfaat dikemudian hari (masa datang). Setiap manusia pasti mempunyai keinginan, sehingga muncul berbagai cara untuk memenuhi keinginan tersebut. Orang-orang mulai menyadari pentingnya investasi dan mencari investasi yang unggul. Sebagian besar investasi financial assets hanyalah berupa perjanjian-perjanjian yang tidak memiliki ketahanan terhadap inflasi. Ketika keadaan mulai bertambah buruk karena krisis ekonomi yang meluas, banyak orang yang mencari jaring penyelamat investasi mereka. Pada akhirnya kebanyakan ahli ekonomi menyarankan memilih investasi yang berupa riil assets seperti emas atau tanah. Namun dalam berinvestasi seseorang harus memperhatikan tingkat kebutuhan mereka, emas dan tanah termasuk jenis investasi jangka panjang. Ada beberapa jenis emas yang dapat digunakan untuk investasi, yaitu emas lantakan, perhiasan, dan koin emas. Dari ketiga jenis investasi emas itu, yang paling cocok untuk dijadikan investasi adalah koin emas. Emas sudah teruji

keunggulannya sejak 1400 tahun yang lalu, bahkan harga dinar terus meningkat mengikuti besarnya penurunan nilai mata uang.

Emas merupakan salah satu logam mulia yang banyak digemari, terutama oleh kaum perempuan. Emas selain sebagai perhiasan juga dapat di gunakan sebagai investasi. Investasi disini bisa berupa emas perhiasan maupun emas batangan. Setyawan (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa meningkatnya permintaan masyarakat akan investasi emas sudah terbukti meskipun harganya terus berubah. Dari segi itulah banyak masyarakat mulai tertarik untuk membeli emas sebagai investasi masa depan.

Gaya hidup adalah salah satu indikator dari faktor pribadi yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumen atau investor saat ini. Gaya hidup mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang dan menggambarkan cara mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Jika seseorang memiliki gaya hidup dengan membeli barang secara berlebihan yang didasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang, ia akan menjadi seseorang yang konsumtif. Gaya hidup juga diperlukan di era modern ini yang mana manusia sering ber pamer

akan sesuatu yang ia miliki. Jika kita amati gaya hidup sekarang ini sangat penting dalam memutuskan suatu hal yang menyangkut kehidupan manusia yang menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan.

Menurut Shiffman dan Kanuk (2000) adalah *“Consumer behavior can be defined as the behavior that customer display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of products, services, and ideas they expect will satisfy their needs”*. Pengertian tersebut bermakna bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk, jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian konsumen akan mengembangkan sejumlah alternatif untuk sampai kepada keputusan membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Gaya hidup merupakan salah satu indikator dari faktor pribadi yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

Persepsi seseorang terhadap risiko juga akan mempengaruhi pengambilan keputusan investasi. (Robbins and Judge 2008:175) persepsi adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensor mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Persepsi risiko dibentuk secara sosial, Williamson & Weyman (2005) mendefinisikan persepsi risiko sebagai hasil dari banyak faktor yang menjadi dasar dari perbedaan pengambilan keputusan terhadap kemungkinan kerugian. Perilaku investor dalam mengambil keputusan dipengaruhi oleh sikap subyektif yang dimiliki terhadap risiko dan pendapatan investasi itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EMAS SEBAGAI INVESTASI (STUDI KASUS PEGADAIAN SYARIAH PEKALONGAN)”** Karena dalam memutuskan untuk membeli emas sebagai investasi tidak semata-mata tanpa sebab. Ada pengaruh lain yang menyebabkan seseorang melakukan pembelian emas sebagai investasi yang diharapkan

mendapatkan keuntungan masa depan. Agar tujuan utama tercapai dan pembahasan tidak meluas serta tidak menjadikan adanya penyimpangan permasalahan, maka penulis membuat cakupan masalah yang akan dikaji sebagai berikut : Sistem yang dibahas melingkupi informasi tentang profil perusahaan, katalog produk, transaksi dan laporan, Membahas perilaku manusia yang meliputi: persepsi, tingkat pengetahuan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian emas sebagai investasi.

Metode

Data dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data-data diperoleh. Adapun yang menjadi sumber data adalah responden yaitu orang yang menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik secara lisan maupun tertulis (Arikunto, 1993:182). Dalam penelitian yang akan dilakukan penulis, untuk mencapai tujuan penelitian diperlukan data sebagai berikut:

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya (Misbahuddin dan Iqbal

Hasan, 2013:21). Sumber data primer ini antara lain berupa informasi-informasi dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait masalah tersebut dalam hal ini yaitu Bapak Teguh seelaku pimpinan pegadaian cabang Ponolawen, Pekalongan.

Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan terdahulu (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013:21). Dalam penelitian ini sumber data sekunder meliputi berbagai referensi yang memuat berbagai informasi tentang investasi emas, faktor yang mempengaruhi dalam memutuskan investasi. Referensi tersebut dapat berupa data dokumentasi atau dokumen rapat-rapat. Selain itu, penulis juga akan menggali data yang diperoleh dari sumber-sumber lain, seperti pustaka berupa buku-buku, jurnal atau informasi-informasi lain yang secara erat memiliki keterkaitan dengan topik yang akan dibahas oleh penulis sebagai pendukung kelengkapan data.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, maka dalam penelitian ini

peneliti akan menggunakan beberapa metode antara lain, sebagai berikut:

Metode Observasi

Menurut Ezmir (2014:37), Observasi atau pengamatan dapat didefinisikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala atau sesuatu. Metode ini penulis akan menggunakan untuk melakukan pengamatan langsung di tempat penelitian untuk memperoleh data mengenai Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Emas Sebagai Investasi (Studi Kasus Pegadaian Syariah Pekalongan).

Metode Interview

Interview atau wawancara dapat didefinisikan sebagai interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah seorang, yaitu yang melakukan wawancara meminta informasi atau ungkapan kepada orang yang diteliti yang berputar di sekitar pendapat dan keyakinannya (Ezmir 2013:50). Metode ini dilakukan penulis dengan wawancara secara langsung (*face to face*) kepada pihak-pihak yang terkait mengenai Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Emas Sebagai Investasi (Studi Kasus Pegadaian Syariah Pekalongan)

Dokumentasi

Yaitu cara pengumpulan data yang berkaitan dengan dokumen-dokumen, data terdiri kutipan dari dokumen-dokumen yang diambil dengan cara mencatat dan mempertahankan konteks (Ezmir,2013: 60). Penulis akan mencari keterangan serta data-data mengenai Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Emas Sebagai Investasi (Studi Kasus Pegadaian Syariah Pekalongan). Dalam teknik ini data diperoleh dari hasil buku-buku yang dijadikan referensi untuk penelitian.

Hasil dan pembahasan

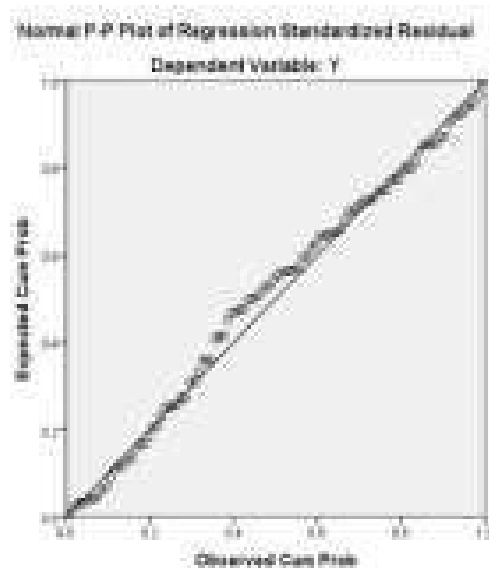
Gambaran Umum Responden

Kuisisioner yang disebarkan sebanyak 100 eksemplar. Karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan responden.

Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 1

Hasil Uji Normalitas

Sumber: Output SPSS (data diolah 2015)

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 1

Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF

(Constant)		
Persepsi	0.910	1.099
Gaya Hidup	0.853	1.172
pengetahuan	0.841	1.189

sumber : Output SPSS (data diolah 2015)

c. Uji Autokorelasi

Tabel 2

Model Summary ^b					
Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error	Durbin Watson
1	.787 ^a	.439	.576	1.868	2.227

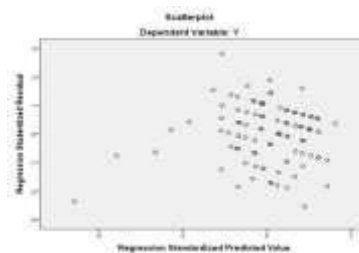
a. Predictors : (Constant) X3,X2,X1

b. Dependent Variable : keputusan pembelian

Uji Autokorelasi

Sumber : Output SPSS (data diolah 2015)

d. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2

Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS (data diolah 2015)

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3

Analisis Regresi Linier

Coefficients				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	
1	(constant)	34.814	4.128	
	Persepsi	.260	.113	.237
	Gaya Hidup	.220	.099	.231
	Pengetahuan	.009	.018	.007

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 5

Coefficients ^a

		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	Constant	34.814	4.128		8.433	.000
	X1	.260	.113	.237	2.298	.004
	X2	.220	.099	.231	2.212	.002
	X3	.009	.018	.007	.072	.943
Dependent variable : keputusan pembelian						

Uji Multikolienaritas

Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa:

- Persepsi (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- Gaya hidup (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- Konsep diri (X3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai sig. 0,002 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel persepsi, gaya hidup, dan pengetahuan

bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sehingga penelitian ini sesuai dengan hipotesis keempat yaitu diduga ada pengaruh yang signifikan antara persepsi, gaya hidup, dan konsep diri secara simultan terhadap keputusan pembelian perhiasan pada Toko Emas Dwi Jaya Pasar Gurah Kediri.

Simpulan

Persepsi, pengetahuan dan gaya hidup, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan terhadap keputusan pembelian emas sebagai investasi pada pegadaian syariah di Pekalongan. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan persepsi, pengetahuan dan gaya hidup, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan pada pegadaian syariah di Pekalongan

Daftar pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta
- Ezmir. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Press
- Henry Faizal Noor. 2009. *Investasi Pengelolaan Keuangan Bisnis dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat*. Jakarta: Indeks.
- Indah Yuliana, *Investasi Produk Keuangan Syariah*, (Malang : UIN Maliki Press, 2010)
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy J. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Kar
- Robbins dan Judge. 2008. *Perilaku Organisasi, Edisi Duabelas*. Jakarta: Salemba Empat
- Schiffman, L.G. dan L.L. Kanuk. 2010. *Consumer Behaviour*. 10th Ed. Prentice Hall: New Jersey
- Setyawan. R. (2010). *Analisis Pengaruh Pengetahuan Persepsi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dinar Sebagai Investasi Pilihan (Studi Kasus Gerai Dinar Depok)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Diunduh 3 April 2014 dari <http://repository.ipb.ac.id>
- Williamson, Julian dan Andrew Weyman. 2005. 'Review of the Perception of Risk, and Stakeholder Engagement'. Jurnal Health & Safety Laboratory.