

ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS, HARGA DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI SUKUK TABUNGAN PADA GENERASI MILENIAL

Skripsi diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Rajut Prasetya
Nim : 43115120433

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rajut Prasetya

NIM : 43115120433

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta , 6 Mei 2020

Rajut Prasetya
NIM 43115120433

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rajut Prasetya
NIM : 43115120433
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh Religiusitas, Harga dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Sukuk Tabungan Pada Generasi Milenial
Tanggal : 29 April 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Arief Bowo Prayoga Kasmu Ph.D

Tanggal:

Ketua Penguji,



Dudi Permmana. Ph.D

Tanggal: 6/ Juli 2020

Dekan, **UNIVERSITAS**

MERCU BUANA



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal:

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal: 02 Juli 2020

ABSTRAK

Sukuk Tabungan merupakan salah satu produk investasi syariah yang diterbitkan oleh pemerintah. Penjualan Sukuk Tabungan selalu didominasi oleh investor dari generasi milenial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, harga, dan pengetahuan produk terhadap minat beli Sukuk Tabungan pada generasi milenial. Sampel penelitian diambil secara *purposive* kepada generasi milenial yang ada di Indonesia. Metode pengumpulan data menggunakan teknik survey. Data yang telah tersedia dianalisis dengan metode *Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat beli Sukuk Tabungan pada generasi milenial. Harga dan pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat beli Sukuk Tabungan pada generasi milenial.

Kata Kunci: Minat Beli, Sukuk, Religiusitas, Harga, Pengetahuan Produk



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Sukuk Tabungan is one of the sharia investment products issued by the government. Sukuk Tabungan sales are always dominated by investors from millennial generation. This study aims to analyze the effect of religiosity, price, and product knowledge to purchase intention of Sukuk Tabungan on millennial generation. The research sample was taken purposively to the millennial generation in Indonesia. The method of data collection uses a survey technique. Available data is analyzed using the Partial Least Square method. The results showed that religiosity did not affect to purchase intention of Sukuk Tabungan on millennial generation. Price and product knowledge influence the purchase intention of Sukuk Tabungan on millennial generation.

Keywords: Purchase Intention, Sukuk, Religiosity, Price, Product Knowledge



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Religiusitas, Harga dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Sukuk Tabungan Pada Generasi Milenial”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, Ph.D, Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Dudi Permana, Ph.D dan Bapak Dr. Zulfitri, MMP sebagai penelaah dalam sidang tugas akhir yang telah memberikan saran bagi perbaikan tugas akhir saya.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
7. Teristimewa kepada Orang tua, Istri dan anak yang telah memberikan semangat dan dukungan moral dan material kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa S1 Manajemen FEB 2015, teman-teman sekelas yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

9. Para responden yang telah bersedia menjadi bagian dari penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta , 6 Mei 2020

Rajut Prasetya



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Pembatasan Masalah Penelitian	7
D. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Perilaku Konsumen	12
a. Faktor Budaya	14
b. Faktor Sosial	14
c. Faktor Pribadi	15
d. Faktor Psikologis	15
3. Minat Beli	16
a. Intensitas Pencarian Informasi	18
b. Keinginan Segera Membeli	19
c. Keinginan Preferensial	19
4. Religiusitas	19
a. Keyakinan (Ideologis)	21
b. Praktik Agama (Ritual)	21
c. Penghayatan (Eksperensial)	21
d. Pengetahuan Agama (Intelektual)	22
e. Pengamalan (Konsekuensial)	22
5. Harga	22
a. Keterjangkauan	23
b. Kesesuaian dengan Kualitas	24
c. Kesesuaian dengan Manfaat	24
d. Daya Saing Harga	24
6. Pengetahuan Produk	25
a. Produk sebagai Kumpulan Atribut	26
b. Produk sebagai Kumpulan Keuntungan	26
c. Produk sebagai Pemuas Nilai	27

7. Sukuk	27
8. Kajian Penelitian Terdahulu	29
B. Pengembangan Hipotesis	34
BAB III Metode Penelitian	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	37
C. Definisi dan Operasional Variabel	38
1. Definisi Variabel	38
2. Operasional Variabel	38
D. Skala Pengukuran	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian	40
1. Populasi	40
2. Sampel	41
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Analisis Data	42
1. Analisis Deskriptif	42
2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	42
a. <i>Outer Model</i>	43
b. <i>Inner Model</i>	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Analisis Deskriptif	45
1. Gambaran Obyek Penelitian	45
2. Distribusi Informan	48
3. Deskripsi Variabel	51
a. Pernyataan Mengenai Religiusitas	52
b. Pernyataan Mengenai Harga	54
c. Pernyataan Mengenai Pertanyaan Produk	57
d. Pernyataan Mengenai Minat Beli Sukuk Tabungan	59
B. Analisis <i>Partial Least Square</i>	61
1. <i>Outer Model</i>	62
2. <i>Inner Model</i>	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian	69
1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Sukuk Tabungan Pada Generasi Milenial	70
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Sukuk Tabungan Pada Generasi Milenial	72
3. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Sukuk Tabungan Pada Generasi Milenial	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
A. Simpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
DAFTAR LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Hasil Perolehan ST-001	3
1.2.	Hasil Perolehan ST-002	4
2.1.	Daftar Kajian Penelitian Terdahulu	30
3.1.	Operasional Variabel Penelitian	39
3.2.	Instrumen Skala Likert	40
3.3.	Parameter Uji Validitas dalam Model PLS	43
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	48
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	49
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	50
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	51
4.6.	Hasil Variabel Religiusitas	52
4.7.	Hasil Variabel Harga	55
4.8.	Hasil Variabel Produk	57
4.9.	Hasil Variabel Minat	59
4.10.	<i>Output Algoritma Loading Factor</i>	63
4.11.	<i>Output Algoritma AVE</i>	64
4.12.	<i>Output Algoritma Cross Loading</i>	65
4.13.	<i>Fornell Larcker Criterion</i>	66
4.14.	<i>Output Algoritma Konstruk Reliabelitas</i>	67
4.15.	<i>Output Bootstraping T Statistic</i>	68
4.16.	<i>Output Bootstraping R Square</i>	69
4.17.	Pengujian Hipotesis	70

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1.	Tingkat Partisipasi Milenial Pada Sukuk Tabungan	5
2.1.	Lingkup Perilaku Konsumen	13
2.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.3.	Tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	17
2.4.	Rerangka Pemikiran	35
4.1.	Logo Sukuk Tabungan	46
4.2.	Mitra Distribusi Sukuk Tabungan	47
4.3.	Model PLS dalam Aplikasi Smart PLS	61
4.4.	<i>Output</i> Model Pengukuran PLS Pada Smart PLS	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pra Survey	83
2	Kuesioner Penelitian	85
3	Angka Hasil Kuesioner Penelitian	89
4	Data Perolehan Sukuk Tabungan	93

