



**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL *LIFE CONSULTANT*
TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH
BANCASSURANCE PT AIA FINANCIAL
Studi Komparatif antara Pembeli dan Non-Pembeli Polis
di BCA KCU Gading Serpong Tahun 2025**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Adinda Jannita Amelia
NIM 44222110078

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL *LIFE CONSULTANT*
TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH
BANCASSURANCE PT AIA FINANCIAL
Studi Komparatif antara Pembeli dan Non-Pembeli Polis
di BCA KCU Gading Serpong Tahun 2025**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Adinda Jannita Amelia

NIM 44222110078

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adinda Jannita Amelia
NIM : 44222110078
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Life Consultant* Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah *Bancassurance* PT AIA Financial Studi Komparatif antara Pembeli dan Non-Pembeli Polis di BCA KCU Gading Serpong Tahun 2025” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Juli 2026



Adinda Jannita Amelia.

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Adinda Jannita Amelia

NIM : 4422210078

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Life Consultant* Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah *Bancassurance* PT AIA Financial Studi Komparatif antara Pembeli dan Non-Pembeli Polis di BCA KCU Gading Serpong Tahun 2025” , telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 2 September 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 29%.

Jakarta, 5 September 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Adinda Jannita Amelia
NIM : 44222110078
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Life Consultant* Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah *Bancassurance* PT AIA Financial Studi Komparatif antara Pembeli dan Non-Pembeli Polis di BCA KCU Gading Serpong Tahun 2025.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 15 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Pembimbing



(Mochamad Taufiq Hidayat, M.IKom.)
NIDN/NUPTK: 8834360018

Jakarta, 29 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Life Consultant* terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Bancassurance PT AIA Financial (Studi Komparatif antara Pembeli dan Non-Pembeli Polis di BCA KCU Gading Serpong Tahun 2025)" dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidaklah mudah. Berbagai tantangan, hambatan, dan keterbatasan harus dihadapi, terlebih penulis harus membagi waktu antara menyelesaikan studi dengan menjalankan tanggung jawab sebagai seorang profesional. Namun, berkat doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan arahan, masukan, motivasi, dan kesabaran dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, wawasan, serta bimbingan selama masa perkuliahan. Ilmu yang telah diberikan menjadi bekal yang sangat berharga bagi penulis, baik dalam penyusunan skripsi maupun dalam dunia kerja.
6. Kepada diri penulis sendiri, terima kasih karena telah memilih untuk tidak menyerah. Terima kasih telah mampu bertahan dan terus berjuang menyelesaikan skripsi ini di tengah kesibukan pekerjaan yang sangat padat. Tidak mudah membagi waktu antara pekerjaan, bimbingan, revisi, dan penyusunan skripsi, namun setiap proses tersebut memberikan pelajaran berharga tentang tanggung jawab, disiplin, serta arti sebuah perjuangan. Semoga pencapaian ini menjadi bukti bahwa setiap usaha yang dilakukan dengan sungguh-sungguh akan membuahkan hasil yang baik.
7. Mamah Eni, Mami Erna, dan Ibuk Edy, yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan semangat kepada saya dalam setiap langkah yang saya jalani. Terima kasih karena tidak pernah berhenti mendoakan, menguatkan, dan meyakinkan saya untuk terus melangkah, terutama ketika proses penyusunan Tugas Akhir ini terasa berat. Setiap doa dan dukungan yang diberikan menjadi salah satu

kekuatan bagi saya hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan pendidikan dan Tugas Akhir ini.

8. Kepada pasangan saya, teman-teman, rekan kerja, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, motivasi, dan semangat yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih kepada pasangan saya yang senantiasa menemani, mendengarkan setiap keluh kesah, memberikan semangat ketika penulis merasa lelah, serta selalu percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan setiap proses hingga akhir. Dukungan tersebut menjadi salah satu penyemangat bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan skripsi ini. Kepada teman-teman, rekan kerja, dan seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, penulis juga mengucapkan terima kasih atas setiap bantuan dan kebaikan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi interpersonal dan *bancassurance*, maupun bagi pembaca serta pihak-pihak yang memerlukan.

Jakarta, 29 Juli 2026



Adinda Jannita Amelia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adinda Jannita Amelia
NIM : 44222110078
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Life Consultant* Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah *Bancassurance* PT AIA Financial Studi Komparatif antara Pembeli dan Non-Pembeli Polis di BCA KCU Gading Serpong Tahun 2025.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta,

Yang menyatakan,



(Adinda Jannita Amelia)

Nama : Adinda Jannita Amelia
NIM : 44222110078
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Komunikasi Interpersonal Life Consultant Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Bancassurance PT AIA Financial (Studi Komparatif antara Pembeli dan Non-Pembeli Polis di BCA KCU Gading Serpong Tahun 2025)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal *Life Consultant* terhadap tingkat kepercayaan nasabah bancassurance PT AIA Financial serta mengetahui perbedaan tingkat kepercayaan antara nasabah pembeli dan non-pembeli polis di BCA KCU Gading Serpong. Penelitian dilatarbelakangi oleh masih adanya kesenjangan antara jumlah nasabah yang memperoleh penjelasan produk asuransi dengan jumlah nasabah yang memutuskan membeli polis, sehingga diperlukan komunikasi interpersonal yang efektif untuk membangun kepercayaan nasabah. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* terhadap 60 responden yang terdiri atas nasabah pembeli dan non-pembeli polis PT AIA Financial. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, dan *Independent Samples t-Test* dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal *Life Consultant* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah PT AIA Financial dengan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,883, yang berarti komunikasi interpersonal mampu menjelaskan 88,3% variasi tingkat kepercayaan nasabah, sedangkan 11,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji *t* juga menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selain itu, hasil *Independent Samples t-Test* menunjukkan terdapat perbedaan tingkat kepercayaan yang signifikan antara kelompok nasabah pembeli dan non-pembeli polis, di mana kelompok pembeli memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Temuan penelitian ini memperkuat Teori Disonansi Kognitif bahwa komunikasi interpersonal yang jelas, konsisten, dan empatik mampu mengurangi keraguan nasabah sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap PT AIA Financial.

Kata kunci Komunikasi, Interpersonal, Kepercayaan, Bancassurance, Disonansi.

Name : Adinda Jannita Amelia
Student ID : 44222110078
Faculty/Study Program : Communication Sciences/Communication Sciences
Final Project Title : *The Influence of Life Consultant Interpersonal Communication on the Trust Level of PT AIA Financial Bancassurance Customers (A Comparative Study between Policy Buyers and Non-Buyers at BCA KCU Gading Serpong, 2025)*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Life Consultant interpersonal communication on the trust level of PT AIA Financial bancassurance customers and to examine the differences in trust levels between policyholders and non-policyholders at BCA KCU Gading Serpong. The study was motivated by the gap between the number of customers who received explanations about insurance products and those who ultimately purchased a policy, indicating the importance of effective interpersonal communication in building customer trust. This research employed a positivist paradigm with a quantitative approach and a survey method. Data were collected through questionnaires using a Likert scale from 60 respondents selected through purposive sampling, consisting of both policyholders and non-policyholders of PT AIA Financial. The data were analyzed using descriptive statistics, validity and reliability tests, normality tests, simple linear regression, and the Independent Samples t-Test with SPSS.

The findings indicate that Life Consultant interpersonal communication has a positive and significant effect on customer trust in PT AIA Financial. The coefficient of determination (R Square) was 0.883, indicating that interpersonal communication explains 88.3% of the variation in customer trust, while the remaining 11.7% is influenced by other factors outside the scope of this study. The t-test results confirmed that the first hypothesis was accepted, as the significance value was below 0.05. Furthermore, the Independent Samples t-Test revealed a significant difference in trust levels between policyholders and non-policyholders, with policyholders demonstrating higher levels of trust. These findings support Cognitive Dissonance Theory by showing that clear, consistent, and empathetic interpersonal communication reduces customers' cognitive dissonance and strengthens their trust in PT AIA Financial.

Keywords: Communication, Interpersonal, Trust, Bancassurance, Dissonance.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis	19
2.2.1 Teori Disonansi Kognitif	19
2.2.2 Komunikasi Persuasif	20
2.2.3 Komunikasi Interpersonal.....	21
2.2.4 Kepercayaan Nasabah.....	22
2.3 Hipotesis Teori	23
2.3.1 Kerangka Teoritis Penelitian.....	24
2.3.2 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Paradigma Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	30

3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	31
3.3.3 Teknik Pengumpulan Sampel	33
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep	33
3.4.1 Definisi Konsep	33
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1 Data Primer	38
3.5.2 Data sekunder	39
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	40
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reabilitas	42
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	44
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial	45
3.7.3 Uji Normalitas	45
3.7.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	46
3.7.5 Uji Hipotesis	46
3.7.6 Uji Beda (Independent Sample t-Test)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1 Profil PT AIA Financial	49
4.1.2 Profil BCA KCU Gading Serpong	50
4.1.3 Gambaran <i>Bancassurance</i> PT AIA Financial di BCA	52
4.1.4 Objek Penelitian	54
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Karakteristik Responden	56
4.2.2 Analisis Variabel X (Keterampilan Komunikasi Interpersonal <i>Life consultant</i>)	58
4.2.3 Analisis Variabel Y (Kepercayaan Nasabah)	77
4.2.3.2 Dimensi Kompetensi	80
4.3 Analisis Statistik Inferensial	91
4.3.1 Uji Normalitas	91
4.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	92
4.3.3 Uji Hipotesis	95
4.3.4 Uji Beda (Independent Samples t-Test)	96
4.4 Pembahasan	98

4.4.1 Komunikasi Interpersonal <i>Life consultant</i> PT AIA Financial dalam Perspektif Teori Komunikasi Interpersonal dan Teori Disonansi Kognitif	98
4.4.2 Tingkat Kepercayaan Nasabah PT AIA Financial dalam Perspektif Teori Kepercayaan dan Penelitian Terdahulu	101
4.4.3 Pengaruh Komunikasi Interpersonal <i>Life consultant</i> terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah PT AIA Financial	102
4.4.4 Perbedaan Tingkat Kepercayaan antara Nasabah Pembeli Polis dan Non-Pembeli Polis PT AIA Financial	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	106
5.2.1 Saran Akademis	106
5.2.2 Saran Praktis	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	110



DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu</i>	13
<i>Tabel 3. 1 Rekapitulasi Populasi Penelitian.....</i>	30
<i>Tabel 3. 2 Variabel Penelitian.....</i>	36
<i>Tabel 3. 3 Scoring Jawaban Responden.....</i>	39
<i>Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X (Keterampilan Komunikasi Life consultant)</i>	41
<i>Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepercayaan Nasabah)</i>	41
<i>Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....</i>	43
<i>Tabel 4. 1 Deskripsi Identitas Responden.....</i>	56
<i>Tabel 4. 2 Life consultant menjelaskan produk asuransi jiwa menggunakan bahasa yang mudah saya pahami.....</i>	59
<i>Tabel 4. 3 Life consultant menjelaskan manfaat produk secara jelas</i>	60
<i>Tabel 4. 4 Life consultant menjelaskan risiko produk secara jelas.....</i>	61
<i>Tabel 4. 5 Rekapitulasi Nilai Mean Dimensi Kejelasan</i>	61
<i>Tabel 4. 6 Informasi yang disampaikan Life consultant konsisten selama proses penjelasan</i>	62
<i>Tabel 4. 7 Penjelasan yang diberikan sesuai dengan isi polis asuransi.....</i>	63
<i>Tabel 4. 8 Life consultant tidak memberikan informasi yang saling bertentangan</i>	64
<i>Tabel 4. 9 Rekapitulasi Nilai Mean Dimensi Konsistensi</i>	64
<i>Tabel 4. 10 Life consultant memahami kebutuhan perlindungan saya.....</i>	65
<i>Tabel 4. 11 Life consultant memberikan penjelasan sesuai kondisi keuangan saya.....</i>	66
<i>Tabel 4. 12 Life consultant menghargai pertimbangan saya sebelum mengambil keputusan</i>	67
<i>Tabel 4. 13 Rekapitulasi Nilai Mean Dimensi Empati</i>	67
<i>Tabel 4. 14 Life consultant memberikan kesempatan kepada saya untuk bertanya.....</i>	68
<i>Tabel 4. 15 Life consultant mendengarkan pertanyaan saya dengan penuh perhatian</i>	69
<i>Tabel 4. 16 Life consultant memberikan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan saya.....</i>	70
<i>Tabel 4. 17 Rekapitulasi Nilai Mean Dimensi Kemampuan Mendengarkan.....</i>	70
<i>Tabel 4. 18 Life consultant membantu saya lebih memahami manfaat produk.....</i>	71
<i>Tabel 4. 19 Life consultant membantu saya mempertimbangkan keputusan secara objektif</i>	72
<i>Tabel 4. 20 Life consultant menyampaikan informasi secara meyakinkan tanpa memberikan tekanan.....</i>	73

Tabel 4. 21 Rekapitulasi Nilai Mean Dimensi Komunikasi Persuasif	74
Tabel 4. 22 Rekapitulasi Nilai Mean Variabel X	74
Tabel 4. 23 Saya percaya Life consultant menjelaskan manfaat dan risiko produk secara jujur	77
Tabel 4. 24 Saya merasa tidak ada informasi penting yang disembunyikan.....	78
Tabel 4. 25 Informasi yang saya terima sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya	79
Tabel 4. 26 Rekapitulasi Nilai Mean Dimensi Kejujuran	80
Tabel 4. 27 Saya menilai Life consultant menguasai produk asuransi jiwa PT AIA Financial	80
Tabel 4. 28 Life consultant mampu menjawab pertanyaan saya dengan baik	81
Tabel 4. 29 Saya yakin Life consultant memiliki kemampuan dalam memberikan konsultasi produk asuransi	82
Tabel 4. 30 Rekapitulasi Nilai Mean Dimensi Kompetensi	82
Tabel 4. 31 Saya merasa lebih yakin setelah menerima penjelasan dari Life consultant	83
Tabel 4. 32 Penjelasan yang diberikan mengurangi keraguan saya terhadap produk asuransi	84
Tabel 4. 33 Saya merasa aman dalam mempertimbangkan pembelian produk asuransi jiwa	85
Tabel 4. 34 Rekapitulasi Nilai Mean Dimensi Rasa Aman.....	85
Tabel 4. 35 Saya percaya PT AIA Financial merupakan perusahaan asuransi yang dapat dipercaya.....	86
Tabel 4. 36 Saya percaya PT AIA Financial memiliki reputasi yang baik.....	87
Tabel 4. 37 Saya percaya PT AIA Financial mampu memenuhi komitmennya kepada nasabah	88
Tabel 4. 38 Rekapitulasi Nilai Mean Dimensi Kepercayaan terhadap Institusi.....	88
Tabel 4. 39 Rekapitulasi Nilai Mean Variabel Y	89
Tabel 4. 40 Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 4. 41 Hasil Model Summary	93
Tabel 4. 42 Hasil Uji ANOVA.....	93
Tabel 4. 43 Hasil Uji Koefisien Regresi	94
Tabel 4. 44 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	95
Tabel 4. 45 Group Statistics	96
Tabel 4. 46 Hasil Uji Independent Samples t-Test	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis Penelitian.....	25
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penyebaran Kuisioner	110
Lampiran 2 Kuisioner Pendelitan	112
Lampiran 3 Hasil Kuisioner	116
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	117
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas	118
Lampiran 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	120
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	122
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	122
Lampiran 9 Hasil Uji Independent Samples t-Test.....	123
Lampiran 10 Curriculum Vitae	124

