



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PERSEPSI HARGA PREMI DAN
PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *DIRECT* ASURANSI KENDARAAN
BERMOTOR RODA EMPAT
(Studi Kasus pada PT. ASURANSI RAKSA PRATIKARA Cabang
Pondok Indah)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

Oleh

JOBFI TIGOR

55111120091

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2014**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga premi dan pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian *direct* Asuransi Kendaraan Bermotor Roda Empat pada PT. Asuransi Raksa Pratikara cabang Pondok Indah. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2013 sampai Januari 2014. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner kepada 100 responden dengan metode *Convenience Sampling*. Teknik pengolahan data menggunakan SPSS versi 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga premi dan pelayanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : persepsi harga, pelayanan purna jual, keputusan pembelian

ABSTRACT

The Purpose of this research is to know how big the affect of perceived premium price and aftersales service to purchasing decisions of direct motorcar insurance at Raksa Pratikara Pondok Indah Branch Office. This Research was held in December 2013 up to January 2014. The Instrument in this research used a questionnaire for 100 respondents with convenience sampling method. Data processing techniques using the SPSS tools 20 version.

Based on data analysis, it can be inferred partially and simultaneously that perceived premium price and aftersales service significantly affected to purchasing decisions.

Keywords : perceived price, aftersales service, purchashing decisions

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga Premi dan Pelayanan Purna
Jual terhadap Keputusan Pembelian *Direct* Asuransi
Kendaraan Bermotor Roda Empat
(Studi Kasus pada PT. Asuransi Raksa Pratikara
Cabang Pondok Indah)**

Bentuk Karya Akhir : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Jobfi Tigor

NIM : 55111120091

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

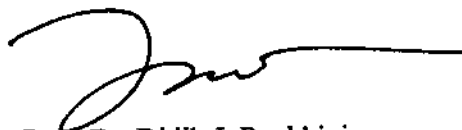
Tanggal : Februari 2014

Pembimbing



Dr. Rina Astini, SE, MM

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga Premi dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian *Direct* Asuransi Kendaraan Bermotor Roda Empat (Studi Kasus pada PT. Asuransi Raksa Pratikara Cabang Pondok Indah)**

Bentuk Karya Akhir : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Jobfi Tigor

NIM : 55111120091

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Februari 2014

Merupakan hasil studi pustaka dan penelitian lapangan, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2014



Jobfi Tigor

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat dan anugrah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga Premi dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian *Direct* Asuransi Kendaraan Bermotor Roda Empat (Studi Kasus pada PT. Asuransi Raksa Pratikara Cabang Pondok Indah)”.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Rina Astuni, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan.
2. Muchsin Sagaff Shihab, MBA, PhD, selaku Dosen Penguji pada Seminar Proposal.
3. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, selaku Dosen Penguji Sidang yang telah memberikan saran dan arahan dalam penyempurnaan tesis ini.
4. Drs. Wawan Purwanto, SE, MM, selaku Ketua Ujian Sidang yang telah memberikan saran dalam penyempurnaan tesis ini.

5. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana.
6. Dr. Augustina Kumiasih, ME, selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen.
7. Seluruh Dosen dan staf administrasi Program Pascasarjana.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen.
9. Istri tercinta yang senantiasa membantu, memberikan doa dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
10. Keluarga yang telah mendoakan dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari materi dan penyajian tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Akhirnya, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, Februari 2014

Jobfi Tigor

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11

BAB II	DISKRIPSI PERUSAHAAN	13
2.1	Sejarah Perusahaan	13
2.2	Lingkup dan Bidang Usaha	15
2.3	Sumber Daya	22
2.4	Tantangan Bisnis	25
2.5	Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis	26
BAB III	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	
	DAN HIPOTESA	32
3.1	Kajian Pustaka	32
3.1.1	Asuransi	32
3.1.1.1	Pengertian Asuransi	32
3.1.1.2	Fungsi dan Manfaat Asuransi	33
3.1.1.3	Prinsip Dasar Asuransi	34
3.1.1.4	Jenis Asuransi	35
3.1.1.5	Asuransi Kendaraan Bermotor	36
3.1.1.6	Pengertian Premi	36
3.1.1.7	Pengertian Polis	37
3.1.2	Persepsi Harga Premi	37
3.1.3	Pelayanan Purna Jual	42
3.1.3.1	Pengertian Jasa/Pelayanan	42
3.1.3.2	Pengertian Pelayanan Purna Jual	43
3.1.4	Keputusan Pembelian	45
3.2	Hubungan Dimensi antar Variabel	53

3.2.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan	
	Pembelian	54
3.2.1.1	Hubungan Dimensi Perkiraan Harga	
	terhadap Dimensi pada Variabel Keputusan	
	Pembelian	54
3.2.1.2	Hubungan Dimensi Kesesuaian Pengorbanan	
	terhadap Dimensi pada Variabel Keputusan	
	Pembelian	56
3.2.1.3	Hubungan Dimensi Kewajaran Harga	
	terhadap Dimensi pada Variabel Keputusan	
	Pembelian	57
3.2.2	Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan	
	Pembelian	59
3.2.2.1	Hubungan Dimensi Kecepatan	
	terhadap Dimensi pada Variabel Keputusan	
	Pembelian	59
3.2.2.2	Hubungan Dimensi Ketepatan	
	terhadap Dimensi pada Variabel Keputusan	
	Pembelian	61
3.2.2.3	Hubungan Dimensi Keramahan	
	terhadap Dimensi pada Variabel Keputusan	
	Pembelian	62
3.2.2.4	Hubungan Dimensi Kenyamanan	

terhadap Dimensi pada Variabel Keputusan Pembelian	63
3.2.3 Pengaruh Persepsi Harga dan Pelayanan Purna Jual secara bersama terhadap Keputusan Pembelian	65
3.3 Penelitian Terdahulu	66
3.4 Kerangka Pemikiran	68
3.5 Hipotesis.....	68
BAB IV METODE PENELITIAN	69
4.1 Jenis Desain Penelitian	69
4.2 Ruang Lingkup	69
4.3 Lokasi Penelitian	70
4.4 Pendekatan Penelitian	70
4.5 Variabel Penelitian	70
4.5.1 Variabel Konsep	70
4.5.2 Variabel Operasional	71
4.6 Populasi dan Sampel Penelitian	73
4.7 Jenis dan Sumber Data	74
4.7.1 Data Primer	74
4.7.2 Data Sekunder	74
4.8 Teknik Pengumpulan Data	74
4.9 Teknik Analisis Data	75

4.9.1 Uji Validitas Instrumen	75
4.9.2 Uji Reliabilitas Instrumen	76
4.9.3 Uji Asumsi Klasik	77
4.9.3.1 Uji Multikolinearitas	77
4.9.3.2 Uji Heteroskedastisitas	77
4.9.3.3 Uji Normalitas	78
4.9.4 Uji Regresi Linier Sederhana	79
4.9.5 Uji Regresi Berganda	80
4.9.6 Analisis Korelasi Antar Dimensi	81
4.10 Jadwal Pelaksanaan Penyusunan Tesis	83
BAB V HASIL DAN ANALISIS	84
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	84
5.2 Hasil Penelitian	84
5.2.1 Penyajian Data	84
5.2.2 Uji Instrumen Penelitian	89
5.2.2.1 Uji Validitas	89
5.2.2.2 Uji Reliabilitas	90
5.3 Analisis Data	91
5.3.1 Uji Asumsi Klasik	91
5.3.1.1 Uji Normalitas	92
5.3.1.2 Uji Multikolinientas	95
5.3.1.3 Uji Heteroskedasitisitas	96

5.3.2 Uji Regresi Berganda.....	98
5.3.2.1 Uji Regresi secara Parsial (uji t)	98
5.3.2.2 Uji Regresi secara Simultan (uji F)	100
5.3.2.3 Uji R ² (R Kuadrat)	101
5.3.3 Matriks Korelasi antar Dimensi.....	102
5.4 Pembahasan Hasil Penelitian	104
5.4.1 Analisis Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	105
5.4.2 Analisis Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian	106
5.4.3 Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Pelayanan Purna Jual secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian	106
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
6.1 Kesimpulan	108
6.2 Saran	109
6.2.1 Bagi Perusahaan.....	109
6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	132

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Net Premium All Class Asuransi Raksa Pratikara Cabang Pondok Indah tahun 2012	3
Tabel I.2	Data Source of Bussiness tahun 2010 sampai 2012	4
Tabel I.3	Hasil Kuesioner	6
Tabel I.4	Perbandingan Tarif Premi <i>Direct</i> Asuransi Kendaraan Bermotor	7
Tabel III.1	Penelitian Terdahulu	66
Tabel IV.1	Variabel Operasional	72
Tabel IV.2	Korelasi antar Dimensi Variabel Persepsi Harga dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian	82
Tabel V.1	Hasil Uji Validitas	89
Tabel V.2	Hasil Uji Reliabilitas	91
Tabel V.3	Hasil Uji Normalitas dengan Metode Kolmogorov Smimov	95
Tabel V.4	Hasil Uji Multikolinearitas	96
Tabel V.5	Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t) Persepsi Harga dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian	98
Tabel V.6	Hasil Uji Regresi Simultan (Uji F) Persepsi Harga dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian	101
Tabel V.7	Hasil Uji R ² (R Kuadrat)	101

Tabel V.8	Hasil Uji Korelasi antar Dimensi Persepsi Harga dan Pelayanan Purna Jual dengan Keputusan Pembelian	103
-----------	--	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Portofolio SOB Kendaraan Bermotor (Tahun 2010-2012).....	5
Gambar II.1	Struktur Organisasi Asuransi Raksa Pratikara cabang Pondok Indah	23
Gambar II.2	Flowchart Proses Penerbitan Polis	27
Gambar II.3	Flowchart Proses Klaim	31
Gambar III. 1	Dimensi Harga	42
Gambar III.2	Model Pengambilan Keputusan	47
Gambar III.3	Tahap-tahap Keputusan Pembelian	48
Gambar III.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	50
Gambar III.5	Dimensi Persepsi Harga	53
Gambar III.6	Dimensi Pelayanan Puma Jual	53
Gambar III.7	Dimensi Keputusan Pembelian	53
Gambar III.8	Kerangka Pemikiran	68
Gambar V.1	Karakteristik Usia Responden	85
Gambar V.2	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	86
Gambar V.3	Karakteristik Jenis Kendaraan Responden	87
Gambar V.4	Sumber Informasi Responden tentang Asuransi Raksa....	88
Gambar V.5	Diagram Histogram	93

Gambar V.6	Kurva Normal P-Plot Keputusan Pembelian	94
Gambar V.7	Scatterplot Keputusan Pembelian	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	116
Lampiran 2	Hasil Rekapitulasi Data Kuesioner	119
Lampiran 3	Hasil Pengolahan SPSS	123