



MERCU BUANA

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
MINAT BELI PRODUK ASURANSI
(STUDI KASUS PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE JAKARTA)**

TESIS

**GRESIA GISELA
NIM : 55111110090**

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



MERCU BUANA

***PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
MINAT BELI PRODUK ASURANSI***

(STUDI KASUS PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE JAKARTA)

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Magister Manajemen**

**GRESIA GISELA
NIM : 55111110090**

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

ABSTRACT

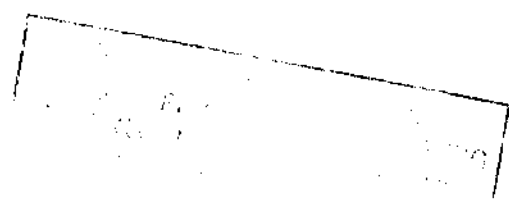
The aim of this study is to observe the effect of product knowledge, perception and price on purchasing decision through buying interest of Prudential insurance product. Type of research is through quantitative approach with causal analysis using Path Analysis. Data were obtained through the questionnaire filled by 98 respondents based on random sample taken from Prudential Jakarta's customer.

The results indicate that perception has the greatest influence on buying interest followed by product knowledge. While the price itself doesn't have significant influence on buying interest. This study also shows that perception is the only factor which has significant influence on purchasing decision since product knowledge and price have no significant influence on it..However, if through the buying interest, all the three variables simultaneously have significant influence on purchasing decisions.

It is concluded that positive perception of insurance & good understanding in product knowledge are needed since the price is no longer become the issue to the customer as long as the insurance is worthwhile for them.

Based on the results, it is suggested to continuously create positive perception of insurance by improving features, facility, image and service of insurance and also improving better product knowledge to the people and customer.

Keywords: Product Knowledge, Perception, Price, Buying interest and Purchasing Decisions



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengetahuan produk, persepsi dan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli produk asuransi Prudential. Jenis penelitian yang digunakan adalah melalui pendekatan kuantitatif dengan analisis asosiatif menggunakan Analisa Jalur. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap 98 responden yang diambil secara acak dari populasi customer Prudential Jakarta

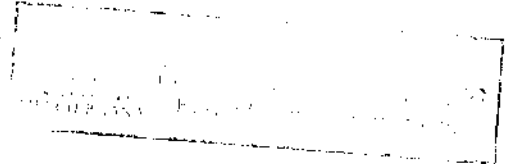
Hasil penelitian mengindikasikan bahwa persepsi memiliki pengaruh terbesar terhadap minat beli yang kemudian disusul oleh pengetahuan produk. Sedangkan untuk variable harga, ternyata tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi adalah satu-satunya faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan pengetahuan produk dan harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, jika melalui minat beli, ketiga variabel tersebut secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Disimpulkan bahwa persepsi yang positif terhadap asuransi dan pengetahuan produk yang baik akan sangat dibutuhkan karena harga tidaklah menjadi masalah bagi customer selama mereka menyadari akan pentingnya manfaat asuransi bagi mereka.

Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan untuk terus menciptakan persepsi yang positif terhadap asuransi dengan meningkatkan fitur, fasilitas, citra dan pelayanan dari produk asuransi serta peningkatan pengetahuan produk yang lebih dalam kepada masyarakat dan *customer*.

Kata kunci : Pengetahuan Produk, Persepsi , Harga, Minat Beli dan Keputusan Pembelian.

PENGESAHAN



Judul : Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi dan Harga terhadap
Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Asuransi
(Studi Kasus PT Prudential Life Assurance Jakarta)

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : GRESIA GISELA

N I M : 55111110090

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 13 Februari 2014

Mengesahkan

Pembimbing

Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D.

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi

Magister Manajemen

Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Asuransi (Studi Kasus PT Prudential Life Assurance Jakarta)

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Gresia Gisela

N I M : 55111110090

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

Karya ilmiah 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,

2014

METERAI
TEMPEL



45C84ABF298582591

6000



Gresia Gisela

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga penelitian dan penyusunan Tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian dari syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program MM Universitas Mercu Buana. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan tesis.
2. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME. selaku Ketua Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
3. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Priyono, SE, ME selaku Ketua Ujian Sidang, Bapak Dr.W. Hary Susilo MM, IAAI selaku Dosen Penguji Sidang dan Ibu Dr. Anik Trisuwarni selaku Dosen Penelaah Seminar yang telah memberikan masukan yang berarti dalam tesis ini.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

6. Para dosen pengajar MM Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan berbagi wawasan kepada penulis.
7. Mama dan Papa serta Kakak tercinta "*as My Number One Supporter*" atas dukungan, doa, cinta dan kasih selama ini.
8. Teman-teman Prudential "*as My Mood Booster*" atas motivasi dan dukungannya.
9. Teman-teman 407 UMB (Nurmalitha, Elvi Murdiati, Dwi Erna, Ine S, Bunda Sri, Julia K, Teidy, Pak Max, Hadi, dan Indar) dan rekan – rekan kuliah atas senyum, tawa dan persahabatannya yang telah mengisi hari-hari penulis selama berkuliah di Universitas Mercu Buana.
10. Sahabat-sahabat terbaik, Ade Meutia, Adhitya Karuniawati, Hudalina Mustika, Priska Yan Alin, Caroline Kohar dan Astrid Napitupulu.
11. Seluruh staf administrasi Program Studi S-2 Program Pasca Sarjana, Program Magister Manajemen Universitas Mercubuana, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak luput dari kekurangan dan kesempurnaan, oleh karena itu kritikan dan masukan yang membangun sangat diharapkan.

Jakarta, 2014


Gresia Gisela

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Batasan Masalah.....	10
BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1 Sejarah Perusahaan.....	11
Logo Perusahaan	13
Struktur Organisasi.....	14

Misi Perusahaan.....	15
Kredo Perusahaan	17
2.2 Lingkup dan Bidang Usaha.....	17
2.3 Sumber Daya.....	23
2.4 Tantangan Bisnis.....	26
2.5 Proses / Kegiatan Fungsi Bisnis.....	27

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS	30
3.1 Produk.....	30
3.2 Pengetahuan Produk	32
3.3 Persepsi	36
3.4 Harga	43
3.5 Minat Beli	48
3.6 Keputusan Pembelian	50
3.7 Penelitian Terdahulu.....	55
3.8 Kerangka Pemikiran.....	57
3.8 Hipotesis Penelitian.....	59

BAB IV. METODE PENELITIAN	61
4.1 Desain Penelitian.....	61
4.2 Data Penelitian.....	61
4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	62
4.4 Populasi.....	63

4.5 Sampel.....	63
4.6 Metode Penelitian	66
4.6.1 Operasional Variabel Penelitian	66
4.6.2 Dimensi Korelasi	72
4.6.3 Skala Pengukuran dan Kuesioner.....	74
4.7 Uji Kualitas Data	75
4.7.1 Uji Validitas	75
4.7.2 Uji Reliabilitas.....	76
4.8 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.8.1 Uji Normalitas	78
4.8.2 Uji Multikolinearitas.....	79
4.8.3 Uji Heterokedastisitas	79
4.9 Analisis Jalur (Path Analysis)	80
4.10 Uji Hipotesis	83
4.10.1 Uji - t	83
4.10.2 Uji – F.....	85
4.10.3 Koefisien Determinasi (R ²)	87
BAB V. HASIL DAN ANALISIS.....	88
5.1 Karakteristik Responden.....	88
5.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	90
5.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	93
5.3.1 Hasil Uji Validitas	93

5.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	95
5.4 Pengujian Validitas Asumsi Klasik	96
5.4.1 Uji Normalitas Data	96
5.4.2 Uji Multikoneritas	97
5.4.3 Uji Heterokedastisitas	98
5.4.4 Uji Linearitas	99
5.5 Analisa Jalur (<i>Path Analysis</i>)	101
5.5.1 Uji Analisis Jalur (Path Analysis) Model 1	101
5.5.2 Uji Analisis Jalur (Path Analysis) Model 2.....	110
5.6 Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) Model 1 dan 2.....	122
5.6.1 Pengaruh Analisis Jalur Model 1.....	122
5.6.2 Pengaruh Analisis Jalur Model 2.....	123
5.7 Analisa Korelasi Antar Dimensi.....	124
5.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	128
5.8.1 Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi dan Harga Terhadap Minat Beli (Model 1).....	128
5.8.2 Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Model 2).....	129
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	131
6.1 Kesimpulan	131
6.2 Saran	133

DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	140
RIWAYAT HIDUP	165

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Pendapatan Premi Prudential Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Pengetahuan dasar tentang hak/manfaat produk asuransi.....	4
Tabel 2.1 Produk Proteksi (<i>Agency</i>).....	19
Tabel 2.2 Produk Proteksi <i>Bancassurance</i>	20
Tabel 2.3 Produk Asuransi Investasi (<i>Agency</i>).....	21
Tabel 2.4 Produk Asuransi Investasi (<i>Bancassurance</i>).....	24
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	57
Tabel 3.3 Kerangka Pemikiran.....	59
Tabel 4.1 Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi	67
Tabel 4.2 Kisi – kisi Instrumen Penelitian.....	72
Tabel 4.3 Korelasi Dimensi Variabel	74
Tabel 4.4 Indeks Reliabilitas dan Interpretasinya.....	78
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kriteria.	89
Tabel 5.2 Hasil Pengujian Validitas.....	94
Tabel 5.3 Hasil Pengujian Reliabilitas	96
Tabel 5.4 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	98
Tabel 5.5 Uji linearitas Keputusan Pembelian * Pengetahuan Produk	100
Tabel 5.6 Uji linearitas Keputusan Pembelian * Persepsi.....	101
Tabel 5.7 Uji linearitas Keputusan Pembelian * Harga	101

Tabel 5.8 Uji linearitas Keputusan Pembelian * Minat Beli	101
Tabel 5.9 Uji t Jalur Model 1	103
Tabel 5.10 Uji F (Uji Simultan) Jalur Model 1	106
Tabel 5.11 Koefisien Determinasi (R^2) Jalur Model 1	107
Tabel 5.12 Koefisien Korelasi Variabel Jalur Model 1.....	108
Tabel 5.13 Kriteria Korelasi Antar Variabel.....	110
Tabel 5.14 Uji t Jalur Model 2	112
Tabel 5.15 Uji F (Uji Simultan) Jalur Model 2	115
Tabel 5.16 Koefisien Determinasi (R^2) Jalur Model 2	117
Tabel 5.17 Koefisien Korelasi Variabel Jalur Model 2.....	118
Tabel 5.18 Rekapitulasi Dekomposisi Koefisien Jalur Model 1 dan 2.....	122
Tabel 5.19 Matrik Analisis Korelasi Antar Dimensi	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Prudential.....	15
Gambar 3.1 Proses Persepsi.....	38
Gambar 3.2 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap.....	54
Gambar 4.1 Uji – t (Uji Parsial).....	86
Gambar 4.2 Uji – F (Uji Simultan)	88
Gambar 5.1 Pengujian Normalitas.....	97
Gambar 5.2 Pengujian Heteroskedastisitas.....	99
Gambar 5.3 Kausal Empiris Antar Jalur Model 1.....	111
Gambar 5.4 Kausal Empiris Antar Jalur Model 2.....	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Format Kuesioner.....	140
Lampiran 2. Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Produk.....	143
Lampiran 3. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi.....	143
Lampiran 4. Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	144
Lampiran 5. Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli.....	144
Lampiran 6. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	145
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	146
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	147
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	148
Lampiran 10. Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Penelitian.....	149
Lampiran 11. Hasil Uji Heterokedastisitas Variabel Penelitian.....	149
Lampiran 12 Hasil Uji Linearitas	150
Lampiran 13. Hasil Model Jalur 1.....	151
Lampiran 14. Hasil Model Jalur 2.....	153
Lampiran 15. Analisis Matriks Korelasi Antar Dimensi	156
Lampiran 16. Hasil Rekap Kuesioner	160