

Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	04-02-2014
No. Reg. :	1. T12131190
	2. TM161131166



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PROSES KLAIM DAN PERUBAHAN NAMA
MEREK PERUSAHAAN TERHADAP INTENSI
PEMBELIAN KEMBALI POLIS ASURANSI JIWA PADA
PT. ASURANSI JIWA SINARMAS MSIG**

TESIS

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

**OLEH :
HENDRA CIPUTRA
55110120203**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2013**





UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PROSES KLAIM DAN PERUBAHAN NAMA
MEREK PERUSAHAAN TERHADAP INTENSI
PEMBELIAN KEMBALI POLIS ASURANSI JIWA PADA
PT. ASURANSI JIWA SINARMAS MSIG**

TESIS
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**OLEH :
HENDRA CIPUTRA
55110120203**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2013**





ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Proses Klaim dan Perubahan Nama Merek Perusahaan* yang berpengaruh terhadap Intensi Pembelian Kembali Polis Asuransi Jiwa. Variabel eksogen yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel Proses Klaim dan Perubahan Nama Merek, sedangkan Intensi Pembelian kembali menjadi variabel endogen. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan metode survey. Kuesioner disebar kepada nasabah yang telah menjadi nasabah lama PT. Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG. Sampel yang digunakan menggunakan metode *purposive sampel*. Dari hasil pengolahan data didapatkan variabel *Proses Klaim* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Intensi Pembelian kembali polis asuransi jiwa, sedangkan untuk variabel *Perubahan Nama Merek Perusahaan* berpengaruh signifikan terhadap variabel Intensi Pembelian kembali polis asuransi jiwa.

Dari hasil penelitian ini, diharapkan PT. Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG dapat meningkatkan strategi-strategi dari *Perubahan Nama Merek* terhadap *Keputusan Pembelian Kembali* Polis Asuransi Jiwa untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan semaksimal mungkin.

Kata Kunci : *Proses Klaim, Perubahan nama merek, Keputusan Pembelian kembali, Asuransi Jiwa*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect Claim Process and Re-Branding of the company and its impact on the Repurchase Intention life insurance policy. Exogenous variables were Claim Process and Re-branding of the company. While the decision to repurchase intention is an endogenous variable. In this study, data were collected by questioner. This questioner were distributed to existing customer Sinarmas MSIG Life. The Sample used purposive sampling method. From processing of data will be obtained the processing of Claims Process variable does not significant affect with Repurchase Intention variable, and while Rebranding of the company variable have significant affect with Repurchase Intention variable.

From this study, be expected the company Sinarmas MSIG Life can do increase new strategies from Re-Branding for Repurchase Intention Insurance Policy for increase performance of the company.

Keywords : *Claim Process, Re-branding, Repurchase Intention, Life Insurance*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Proses Klaim dan Perubahan Nama Merek
Perusahaan terhadap Intensi Pembelian Kembali Polis
Asuransi Jiwa Pada PT. Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG**

Bentuk Tesis : **Riset Bisnis**

Nama : **Hendra Ciputra**

NIM : **55110120203**

Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Tanggal : **Agustus 2013**

Mengesahkan

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Direktur Program Pascasarjana

Dr. Augustina Kurniasih, ME

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama

Dr. Rina Astini, MM



PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Proses Klaim dan Perubahan Nama Merek Perusahaan
terhadap Intensi Pembelian Kembali Polis Asuransi Jiwa Pada PT.
Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Hendra Ciputra

NIM : 55110120203

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2013

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

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, 28 Agustus 2013



Hendra Ciputra



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, karunia serta kebaikan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini dengan judul :” Pengaruh Proses Klaim dan Perubahan Nama Merek Perusahaan terhadap Intensi Pembelian Kembali Polis Asuransi Jiwa pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG”

Karya Akhir ini disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk menempuh ujian akhir tingkat Pascasarjana pada Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penyusunan karya akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Rina Astini, MM. Ibu selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan selama penulisan tesis ini.
2. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME. selaku Kaprodi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta
3. Bapak Drs. Wawan Purwanto SE, MM. Selaku Ketua Sidang Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Bapak Dr. Baruna Hadibrata, SE., MM. selaku dosen penguji pada sidang akhir Universitas Mercu Buana, Jakarta
5. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, MBA., Ph.D. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan perbaikan dalam penulisan tesis ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Ibu dan Bapak tercinta yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan kuliah pasca sarjana.
8. Bapak Sugeng Wibowo selaku Direktur Sales dan Bapak Jos Chandra Irawan selaku Wakil Direktur Sales PT. Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG yang telah memberikan ijin penelitian.
9. Ibu Edita Rianti A selaku Dept Head Legal & HCD PT. Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG yang telah membantu dan mengijinkan saya untuk mengerjakan tesis ini.
10. Ibu Yanti sebagai istri saya yang telah mendorong pembuatan tesis ini.
11. Teman-teman angkatan 17 kelas regular MM UMB Menteng dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan tesis ini. Terakhir penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 28 Agustus 2013

Hendra Ciputra



DAFTAR ISI

Halaman	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir	7
 BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perkembangan Perusahaan	9
2.2. Lingkup Bidang Usaha	11
2.3. Sumber Daya	12
2.4. Struktur Organisasi	16
2.5. Tantangan Bisnis	16
2.6. Proses Bisnis Perusahaan	17
 BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1. Asuransi Jiwa	19
3.2. Produk Asuransi Jiwa	21
3.3. Klaim	24
3.4. Pengertian Merek	30
3.5. Intensi Pembelian Kembali	35
3.6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	38
3.7. Aspek Pembelian Kembali	41
3.8. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian	43
3.9. Penelitian Terdahulu	46
3.10. Kerangka Pemikiran	47
3.11. Hipotesa	48



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1.	Rancangan Penelitian	50
4.2.	Objek dan Waktu Penelitian	50
4.3.	Populasi dan Sampel	51
4.4.	Instrumen Penelitian	54
4.5.	Skala Pengukuran	55
4.6.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	56
4.7.	Metode Analisa Data	58
4.8.	Teknik Analisa Data	61
4.9.	Interpretasi Dan Modifikasi Model	72
4.10.	Pretest	73

BAB V. HASIL DAN ANALISIS

5.1.	Profil Responden	76
5.2.	Pengolahan Data dan Uji Kecocokkan Model Pengukuran	79
5.3.	Analisis Hasil Penelitian	95

BAB VI. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1.	Kesimpulan	98
6.2.	Rekomendasi	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan Layanan Waktu Proses Klaim	4
Tabel 1.2. Perbandingan Laba Bersih Perusahaan	5
Tabel 2.1. Struktur Karyawan Dari Segi Jenis Kelamin	13
Tabel 2.2. Struktur Karyawan Dari Segi Usia	13
Tabel 2.3. Struktur Karyawan Dari Segi Pendidikan	14
Tabel 2.4. Struktur Karyawan Dari Segi Masa Kerja	14
Tabel 2.5. Struktur Karyawan Dari Segi Jabatan	15
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu	46
Tabel 4.1. Stratifikasi Responden, Provinsi DKI Jakarta	54
Tabel 4.2. Operasional Variabel Penelitian	57
Tabel 4.3. Model Data Fit	68
Tabel 4.4. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Proses Klaim	73
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Perubahan Nama Merek	74
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Intensitas Pembelian Kembali	74
Tabel 4.7. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	75
Tabel 5.1. Rekapitulasi Dan Karakteristik Responden	76
Tabel 5.2. Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Sebelum Spesifikasi	84
Tabel 5.3. Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Sesudah Spesifikasi	86
Tabel 5.4. Construct Reliability, Variance Extraceted, Dan Model Keseluruhan	90
Tabel 5.5. Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Sesudah Spesifikasi	92
Tabel 5.6. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	93
Tabel 5.7. Matrik Korelasi Antar Perubahan Nama Merek Dengan Intensitas Pembelian Kembali	94



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Harapan Masyarakat Terhadap Layanan Kecepatan Klaim ..	2
Gambar 1.2.	Tabel Layanan Yang Diharapkan Masyarakat	3
Gambar 1.3.	Hasil Survey Yang Dilakukan Perusahaan	5
Gambar 2.1.	Struktur Organisasi Perusahaan	16
Gambar 2.2.	Proses Bisnis Perusahaan	18
Gambar 3.1.	Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan	36
Gambar 3.2.	Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan	39
Gambar 3.3.	Kerangka Pemikiran	48
Gambar 5.1.	Model Pengukuran Variabel Proses Klaim	79
Gambar 5.2.	Model Pengukuran Variabel Perubahan Nama Merek	80
Gambar 5.3.	Model Pengukuran Intensi Pembelian Kembali	82
Gambar 5.4.	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian Sebelum Dilakukan Spesifikasi	85
Gambar 5.5.	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian Sesudah Dilakukan Spesifikasi	87
Gambar 5.6.	Model Struktural	91



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Tabel Indikator Varibel	106
Lampiran 2.	Form Kuesioner	107
Lampiran 3.	Rekap Kuesioner	110
Lampiran 4.	Uji Validitas Variabel <i>Proses Klaim</i>	114
Lampiran 5.	Uji Validitas Variabel <i>Perubahan Nama Merek</i>	116
Lampiran 6.	Uji Validitas Variabel <i>Intensi Pembelian Kembali</i>	120
Lampiran 7.	Uji Reliabilitas Proses Klaim	122
Lampiran 8.	Uji Reliabilitas Perubahan Nama Merek	123
Lampiran 9.	Uji Reliabilitas Intensi Pembelian Kembali	124
Lampiran 10.	Tabel Dimensi Korelasi Perubahan Nama Merek Terhadap Intensi Pembelian Kembali.....	125
Lampiran 11.	Model Pengukuran <i>standardized loading factors</i> variabel teramati.	126
Lampiran 12.	Uji Kecocokkan Keseluruhan Model Sebelum Dilakukan Spesifikasi	128
Lampiran 13.	Uji Kecocokkan Keseluruhan Model Sesudah Dilakukan Spesifikasi	130
Lampiran 14.	Model Struktural	132



UNIVERSITAS
MERCU BUANA