

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN JASA ASURANSI JiWA  
(STUDI PADA AJB BUMIPUTERA 1912 CABANG CIBINONG)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :  
**Yustinus Riyan Adiputra**  
**NIM. 12010111130155**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2016**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Yustinus Riyan Adiputra  
NIM : 12010111130155  
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA ASURANSI JIWA (STUDI PADA AJB BUMIPUTERA 1912 CABANG CIBINONG)**

Dosen Pembimbing : Imroatul Khasanah, S.E, M.M

Semarang, 23 Maret 2016

Dosen Pembimbing

(Imroatul Khasanah, S.E, M.M)  
NIP.197510152002122004

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama : Yustinus Riyan Adiputra  
NIM : 12010111130155  
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA ASURANSI JIWA (STUDI PADA AJB BUMIPUTERA 1912 CABANG CIBINONG)**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 31 Maret 2016**

Tim Penguji :

1. Imroatul Khasanah, S.E, M.M (.....)
2. Dr. Mahfudz, S.E, M.T (.....)
3. Drs. Suryono Budi Santoso, M.M (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Yustinus Riyan Adiputra, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA ASURANSI JIWA (STUDI PADA AJB BUMIPUTERA 1912 CABANG CIBINONG)**, adalah tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 23 Maret 2016  
Yang membuat pernyataan

(Yustinus Riyan A)  
NIM. 12010111130155

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Hanya ada satu kesuksesan ; menjalani hidup dengan caramu sendiri”*

*(Christopher Morley)*

*“Seberapa banyak keberuntunganmu mendatangimu,  
Tergantung kemauanmu untuk berusaha.” (Barbara Sher)*

*“Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari besok,  
Karena hari besok mempunyai kesusahannya sendiri.  
Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari.” (Matius 6:34)*

*Skripsi ini kupersembahkan bagi :*

*Orang tuaku tercinta atas setiap tetesan keringat  
dan doa tiada henti yang tulus diberikan selama ini*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, service quality, brand image and perception of price on purchase decisions of insurance services at AJB Bumiputera 1912 and analyze the most dominant factor in influencing the purchasing decisions of insurance services at AJB Bumiputera 1912.*

*This research was conducted at AJB Bumiputera 1912 branch offices Cibinong. Methods of data collection in this study is a questionnaire filled out by the respondents AJB Bumiputera 1912 Cibinong customers who have made purchases insurance premiums, samples were taken of 100 respondents. The sampling technique in this research is non probability sampling with purposive sampling method. The analysis used in this study include the analysis of index numbers, validity, reliability test, classic assumption test, multiple linear analysis and hypothesis testing that includes t-test, F, and the coefficient of determination ( $R^2$ ).*

*Regression test results showed that the variable product quality, service quality, brand image and perception of price positive influence on purchase decisions of insurance services AJB Bumiputera 1912. Variable service quality has the greatest influence in the amount of 0.327%. Adjust R Square Results showed that 73.1% of purchase decisions variation can be explained by four independent variables in the regression equation, while the remaining 26.9% is explained by other variables not included in this study.*

***Keywords: product quality, service quality, brand image, price perception and purchasing decisions.***

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian jasa asuransi pada AJB Bumiputera 1912 dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian jasa asuransi pada AJB Bumiputera 1912.

Penelitian ini dilakukan di kantor AJB Bumiputera 1912 cabang Cibinong. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu nasabah AJB Bumiputera 1912 Cibinong yang telah melakukan pembelian premi asuransi, sampel yang diambil yakni 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis angka indeks, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda dan pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F, dan koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terbesar yaitu sebesar 0,327%. Hasil *Adjust R Square* menunjukkan bahwa 73,1% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi, sedangkan sisanya sebesar 26,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, persepsi harga, dan keputusan pembelian**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan limpahan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA ASURANSI JIWA (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong)** dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa semuanya juga tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, motivasi dan doa dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Suharnomo, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Ibu Imroatul Khasanah, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan meluangkan waktunya serta memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak Erman Denny Arfianto, SE., MM. selaku dosen wali yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.

4. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan pengajaran dan bekal ilmu pengetahuan.
5. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas segala bantuannya untuk kelancaran skripsi ini.
6. AJB Bumiputera 1912 Cibinong dan semua responden yaitu nasabah AJB Bumiputera 1912 Cibinong atas kerjasamanya selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
7. Kedua orang tua, Bapak Ignatius Hasto S dan Ibu Maria M Murtiningsih, serta adik Fransiska Milenia C, yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi serta kasih sayang tiada henti selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Keluarga besar Mbah Mitrodiharjo dan Keluarga besar Mbah Bambang Sutedjo yang selalu membeikan doa dan dukungannya.
9. Partner terbaikku Erfina Rosa yang selalu memberikan semangat, dan dukungan serta doanya yang luar biasa sehingga proses skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Sahabat-sahabat The Villas : Hesti, Adnan, Paulus, Prya, Ilham, Ardy, Ben, Akbar, terimakasih atas dukungan serta doanya yang tiada henti. Semoga kita semua menjadi orang yang sukses kelak.
11. Teman-teman di Manajemen angkatan 2011 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih untuk perjuangan dan kenangan indah selama kuliah.

12. Sahabat-sahabat di Sutini's Kosan : Bani, Bang Dimas, Andreas, Kenneth, Adit, Dwiki, Candra, Upin, Coco terimakasih untuk dukungan dan doanya selama proses penyusunan skripsi.
13. Sahabat-sahabat Super Social 3 : Marcel G, Lutfi, Iqmal, Trian, Panca, Pita, Acil, Agung, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya yang tiada henti.
14. Tim KKN Desa Turirejo, Demak : Ikal, Bowo, Nisa, Bella, Fathin, Hana, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.
15. Mas Tatas, Ibu Sutini dan Ibu Har terimakasih atas segala bantuan dan dukungan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat terbatasnya pengetahuan, waktu dan kemampuan yang penulis miliki dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kesalahan dan kekurangan.

Harapan penulis semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk menambah ilmu dan pengetahuan bagi kita semua. Amin.

Semarang, 23 Maret 2016  
Penulis,

Yustinus Riyan A

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.4 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Pengertian Asuransi .....	15
2.1.2 Polis Asuransi .....	16
2.1.3 Premi Asuransi.....	16
2.1.4 Manfaat Asuransi .....	16
2.1.5 Definisi Konsep Pemasaran .....	17
2.1.6 Definisi Jasa.....	19
2.1.7 Pengertian Perilaku Konsumen.....	20
2.1.8 Konsep Keputusan Pembelian .....	21

2.1.9	Konsep Kualitas Produk .....	26
2.1.10	Konsep Kualitas Pelayanan .....	29
2.1.11	Konsep Citra Merek.....	32
2.1.12	Konsep Persepsi Harga .....	35
2.2	Hubungan Antar Variabel .....	38
2.2.1	Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	38
2.2.2	Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian .....	38
2.2.3	Citra Merek dan Keputusan Pembelian .....	39
2.2.4	Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.....	40
2.3	Penelitian Terdahulu .....	41
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	43
2.5	Hipotesis .....	43
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	45
3.1.1	Variabel Penelitian .....	45
3.1.2	Definisi Operasional.....	46
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian .....	48
3.2.1	Populasi .....	48
3.2.2	Sampel .....	49
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	51
3.4.1	Kuesioner.....	51
3.4.2	Wawancara .....	52
3.4.3	Studi Pustaka .....	52
3.5	Metode Analisis Data .....	52
3.5.1	Uji Data Outlier .....	52
3.5.2	Analisis Angka Indeks.....	54

3.5.3 Uji Validitas.....	56
3.5.4 Uji Reliabilitas.....	56
3.5.5 Uji Asumsi Klasik .....	57
3.5.5.1 Uji Normalitas.....	57
3.5.5.2 Uji Multikolinearitas .....	57
3.5.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.5.6 Analisis Kuantitatif.....	59
3.5.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
3.5.6.2 Pengujian Hipotesis.....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	64
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	64
4.1.2 Deskripsi Responden .....	65
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Umur .....	66
4.2 Analisis Data .....	67
4.2.1 Uji Data Oulier .....	67
4.2.1 Analisis Angka Indeks.....	68
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	70
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan .....	72
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek...	75
4.2.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Harga	77
4.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembeliann .....	79
4.2.2 Uji Validitas.....	82
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	83
4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....	84

4.2.4.1 Uji Normalitas.....	84
4.2.4.2 Uji Multikolinearitas.....	85
4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.2.5 Analisis Kuantitatif.....	87
4.2.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.2.5.2 Pengujian Hipotesis.....	89
4.3 Pembahasan .....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran .....	100
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	100
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Market Share Perusahaan Asuransi Tahun 2014.....	3
<b>Tabel 1.2</b> Penerimaan Premi Pertama AJB Bumiputera 1912 Cibinong Tahun 2012-2014.....	8
<b>Tabel 1.3</b> Data Penjualan Unit dan Nasabah AJB Bumiputera 1912 Cibinong Tahun 2012-2014.....	8
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	41
<b>Tabel 3.1</b> Skala Likert .....	51
<b>Tabel 4.1</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
<b>Tabel 4.2</b> Responden Berdasarkan Umur .....	67
<b>Tabel 4.3</b> Nilai Skor Outlier .....	67
<b>Tabel 4.4</b> Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk.....	70
<b>Tabel 4.5</b> Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka Kualitas Produk	72
<b>Tabel 4.6</b> Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	73
<b>Tabel 4.7</b> Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka Kualitas Pelayanan.....	74
<b>Tabel 4.8</b> Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek .....	75
<b>Tabel 4.9</b> Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka Citra Merek...	76
<b>Tabel 4.10</b> Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Harga .....	77
<b>Tabel 4.11</b> Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka Persepsi Harga	79
<b>Tabel 4.12</b> Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	80
<b>Tabel 4.13</b> Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka Keputusan Pembelian .....	81
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Validitas .....	82
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	83
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	86
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	88

<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji t .....	89
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji F .....	92
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Koefisien Determinasi .....	93

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	25
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Pemikiran Teoritis .....	43
<b>Gambar 4.1</b> Kantor AJB Bumiputera 1912 Cibinong .....	64
<b>Gambar 4.2</b> Hasil Uji Normalitas .....	85
<b>Gambar 4.3</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian .....	109
Lampiran B Tabulasi Jawaban Responden .....	119
Lampiran C Output Olah Data SPSS .....	124
Lampiran D Surat Keterangan Penelitian .....	125

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang – barang selain kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan perumahan juga semakin meningkat. Begitu juga halnya kebutuhan untuk meningkatkan rasa aman, keselamatan dan perlindungan kini makin dirasakan. Sesuai dengan hierarki kebutuhan menurut Maslow (1994) ada 5 kebutuhan fisiologis, kebutuhan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Mengingat bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai risiko yang dapat menimbulkan kerugian. Dengan memiliki asuransi merupakan salah satu cara untuk pemenuhan kebutuhan akan rasa aman atas faktor ketidakpastian yang mungkin terjadi pada hidup seseorang.

Kebutuhan akan jasa asuransi kini semakin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana financial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko kematian, atau menghadapi atas harta benda yang dimiliki. Demikian pula dunia usaha dalam menjalankan kegiatannya, menghadapi berbagai resiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya. Walaupun banyak metode untuk menangani resiko, namun asuransi merupakan metode yang paling

banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap resiko yang dihadapi perorangan maupun resiko yang dihadapi perusahaan.

Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan non bank, yang bergerak dalam bidang jasa yang melayani pengalihan resiko baik dari pribadi, organisasi maupun lembaga pada masa yang akan datang. Perkembangan perusahaan asuransi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat setelah pemerintah mengeluarkan deregulasi pada tahun 1980an, dan diperkuat dengan keluarnya UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian. Dengan adanya deregulasi tersebut, pemerintah memberikan kemudahan dalam perijinan, sehingga mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru, dan pada gilirannya akan meningkatkan hasil produksi nasional.

Dunia perasuransian di Indonesia saat ini mengalami persaingan antar perusahaan asuransi yang sangat tajam yang ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan asuransi baru, sehingga persaingan tersebut akan semakin bertambah ketat. Konsekuensi dari adanya persaingan-persaingan yang semakin tajam ini, akan memunculkan tiga kemungkinan yang dihadapi suatu perusahaan yaitu mundur dari kegiatan usahanya, bertahan dengan kegiatan usaha yang telah dilakukan, atau tetep unggul bahkan semakin berkembang. Situasi ini menyebabkan pihak asuransi dituntut untuk segera melakukan langkah-langkah penyesuaian kebijakan dan antisipasi untuk menghadapi perubahan selanjutnya.

**Tabel 1.1 Market Share Perusahaan Asuransi per Desember 2014**

<b>Perusahaan</b>	<b>Premi Bruto</b>	<b>Δ (%)</b>	<b>Pangsa (%)</b>
Prudential Life Assurance	26.177.280	16,55	22,64
Allianz Life Indonesia	9.707.691	15,21	8,39
AXA Mandiri Financial Services	8.304.172	33,03	7,18
Indolife Pensionsama	7.738.304	23,84	6,69
Manulife Indonesia	4.481.437	-11,65	6,47
Asuransi Sinarmas MSIG	7.153.761	-26,60	6,19
AIA Financial	6.657.291	17,97	5,76
Jiwasraya	6.364.204	10,20	5,50
AJB Bumiputera	5300938	-1,81	4,58
Panin Dai-ichi Life	3.684.458	12,33	3,19

Sumber : Biro Riset Infobank ([www.infobanknews.com](http://www.infobanknews.com)) 2015

Ditengah tantangan berat yang dihadapi asuransi jiwa sepanjang tahun lalu, industri ini masih membukukan pertumbuhan kinerja yang positif. Biro Riset Infobank (birI) mencatat, rata-rata pertumbuhan premi bruto perusahaan asuransi jiwa mencapai 6,55%. Dari sekitar 48 data perusahaan asuransi jiwa yang dihimpun birI per Desember 2014, tercatat perolehan premi bruto sebesar Rp115,65 triliun. Perolehan premi bruto asuransi jiwa masih dikuasai oleh 10 pemain besar dengan pangsa mencapai 76,59%. Lima asuransi jiwa yang berada dalam daftar 10 besar asuransi jiwa dengan pendapatan premi bruto tertinggi adalah PT Prudential Life Assurance (Prudential), Allianz Life Indonesia

(Allianz), PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri), Indolife Pensionsama (Indolife), dan Manulife Indonesia (Manulife).

Bagi pelaku industri asuransi hal ini menunjukkan begitu besarnya peluang dan tantangan serta persaingan yang dihadapi oleh industri asuransi jiwa di Indonesia. Di satu sisi peluang terbuka lebar dikarenakan begitu luasnya market yang bisa dikerjakan. Namun di lain sisi juga menunjukkan tantangan yang cukup berat dan perlu diperhatikan bagi industri asuransi, salah satunya ialah masih minimnya pengetahuan masyarakat mengenai fungsi dan manfaat dari perlindungan asuransi. Keadaan ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti tingkat pendidikan yang rendah serta tingkat kesejahteraan yang juga rendah, sehingga mereka menganggap bahwa asuransi belum menjadi suatu kebutuhan yang penting.

Konsumen yang akan menggunakan suatu produk asuransi merupakan pengambilan keputusan yang cukup rumit karena melibatkan berbagai kriteria, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek produk, harga premi yang harus dibayarkan dan kemudahan dalam klaim, serta ketersediaan kantor pemasaran di berbagai tempat, dan lain sebagainya, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk asuransi yang pada akhirnya menentukan perilaku konsumen tersebut. Lamb (2001) mengemukakan perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa.

Dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen perlu memperhatikan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, dimana kualitas produk mempengaruhi persepsi konsumen untuk pengambilan keputusan pembelian. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas (Lupiyoadi, 2001). Perusahaan asuransi perlu menghasilkan produk yang berkualitas serta disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen agar penjualan dapat tercapai dan mampu bersaing.

Konsumen juga perlu memperhatikan sisi kualitas pelayanan, dalam hal ini adalah kualitas jasa yang jauh lebih kompleks dan sukar didefinisikan, diukur atau dibandingkan karena sifatnya yang tak berwujud. Definisi kualitas pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen (Ratminto, 2005). Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sehingga baik buruknya kualitas jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Bagi konsumen mempertimbangkan faktor harga merupakan salah satu kriteria penting dalam proses pengambilan keputusan. Harga berkaitan erat dengan kemampuan keuangan konsumen untuk mampu atau tidak untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) Harga adalah

sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk jasa. Harga ialah pengorbanan riil dan materiil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk mempertimbangkan beberapa hal, seperti membanding bandingkan harga sebelum menggunakan layanan jasa, memilih layanan jasa yang harga dasarnya murah, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau berbagai alasan lainnya.

Di sisi lain citra merek juga merupakan faktor dalam pengambilan keputusan pembelian, citra merek merupakan interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen. Citra merek adalah persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen (Keller, 1998). Adanya hubungan yang erat diantara asosiasi merek dengan citra merek dimana asosiasi yang terjalin pada suatu merek dapat membentuk citra merek. Asosiasi merek dapat membantu proses mengingat kembali informasi yang berkaitan dengan produk, khususnya selama proses pembuatan keputusan untuk melakukan pembelian.

Peneliti tertarik memilih objek penelitian yaitu AJB Bumiputera 1912 yang merupakan perusahaan asuransi pertama yang berdiri sejak tahun 1912 yang hingga kini tetap berdiri dan melakukan berbagai perubahan serta bersaing dengan perusahaan asuransi lainnya, serta telah memiliki jutaan nasabah di Indonesia. Berikut adalah beberapa penghargaan yang dicapai oleh AJB Bumiputera 1912 dalam kurun waktu satu tahun terakhir :

1. Top Brand Award 2015 kategori Life Insurance
2. Customer Loyalty Award 2015 kategori Life Insurance
3. Indonesia WOW Brand 2014, kategori : Asuransi Kesehatan
4. Top Brand Award 2014, kategori : Asuransi Jiwa
5. Digital Brand Perusahaan Asuransi Jiwa Peringkat III 2014
6. After Sales Service Award 2014, kategori : Asuransi Jiwa
7. Product Quality Award 2014, kategori : Asuransi Jiwa

Peneliti mengambil objek AJB Bumiputera 1912 yang berkantor cabang di Cibinong. Sebagai salah satu perusahaan asuransi di Indonesia yang telah dipercaya oleh masyarakat khususnya Cibinong sebagai perusahaan yang mampu memberikan jaminan dalam asuransi jiwa. Walaupun dalam perjalanannya banyak mendapatkan persaingan dari beberapa perusahaan lain yang tergolong baru, AJB Bumiputera 1912 tidak sedikitpun menyerah pada pesaingnya. Untuk itu AJB Bumiputera 1912 terus meningkatkan pelayanan agar para konsumen memutuskan memakai jasa asuransi AJB Bumiputera 1912. Keputusan pemakainya jasa asuransi didasarkan pada keinginan konsumen untuk mendapatkan perlindungan atas apa yang telah diasuransikan.

**Tabel 1.2**

**Penerimaan Premi Pertama AJB Bumiputera 1912 Cibinong tahun 2012-2014**

No	Tahun	Pendapatan Premi Pertama	Presentase (%)
1	2012	4.198.344.169	-
2	2013	3.924.415.874	-6,98%
3	2014	3.745.374.575	-4,78%
	Total	11.868.134.618	

*Sumber : data sekunder tahun 2015*

**Tabel 1.3**

**Data Penjualan Unit (Surat Permintaan) dan Nasabah AJB Bumiputera 1912 Cibinong tahun 2012-2014**

No	Tahun	JumlahUnit (SP)	%	Jumlah Nasabah	%
1	2012	1430	-	1348	-
2	2013	1386	-3,1%	1274	-5,16%
3	2014	1218	-12,4%	1123	-11,54%
	Total	4034		3745	

*Sumber : data sekunder tahun 2015*

Berdasarkan pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa penerimaan premi dari tahun 2012 sampai 2014 mengalami penurunan dan pada tabel 1.3, menunjukkan permintaan terhadap asuransi dan jumlah nasabah selama tahun 2012 sampai dengan 2014, pada tabel tersebut dijelaskan permintaan akan asuransi dan nasabah dari AJB Bumiputera 1912 mengalami penurunan. Hal ini menjadi fenomena bisnis yang layak untuk dikaji agar dapat mengetahui

penyebab dari penurunan permintaan dan nasabah dari AJB Bumiputera 1912 Cibinong.

Hasil survey lapangan menunjukkan masih banyak masyarakat yang belum tahu mengenai produk dari asuransi banyak juga yang tidak mengetahui akan pentingnya menggunakan asuransi. Beberapa faktor yang berpengaruh pada keputusan penggunaan asuransi ialah mengenai harga. Harga menunjukkan berapa besar premi yang harus dibayarkan untuk memperoleh polis. Selain itu kualitas produk juga menentukan keputusan pembelian dimana konsumen perlu mengetahui apa keuntungan yang akan diperoleh dari suatu produk asuransi yang akan diambil. Begitu juga pula dengan kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian dengan persepsi para konsumen atas layanan-layanan yang mereka harapkan, jika jasa yang diterima sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Faktor citra merek juga menentukan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, citra merek berhubungan dengan persepsi dan informasi yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu merek. Semakin baik persepsi dan informasi yang diketahui oleh konsumen pada suatu merek produk maka kemungkinan untuk menggunakan atau membeli produk tersebut sangat besar. Sebaliknya, jika persepsi dan informasi akan merek produk kurang baik maka kemungkinan untuk menggunakan produk tersebut sangatlah kecil bahkan tidak mungkin.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul “ ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA ASURANSI JIWA (Studi Pada AJB BUMIPUTERA 1912 Cibinong).”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Perkembangan akan asuransi di Indonesia saat ini sedang mengalami kemajuan yang pesat. Banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang menyediakan jasa asuransi menjadi tantangan bagi perusahaan yang sudah sejak lama berdiri harus menerapkan berbagai strategi baru agar mampu bersaing dan tetap berdiri hingga saat ini.

Persaingan bisnis bisa berarti persaingan untuk mendapatkan konsumen, pemenangnya bukan yang paling kuat atau besar, tetapi yang bisa memenangkan hati konsumen sehingga perusahaan dipercaya menjadi pilihan konsumen. Dalam persaingan yang ketat seperti ini, syarat yang harus dipenuhi agar perusahaan dapat sukses dalam persaingan yakni dengan berusaha mencapai tujuan dengan menunjukkan citra yang baik di mata konsumen sehingga memikat konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga saling memberikan manfaat untuk perusahaan dan konsumen.

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah terjadi penurunan jumlah permintaan asuransi dan nasabah yang terjadi pada tahun 2012 sampai dengan 2014 yang ditunjukkan pada tabel 1.3. Hal ini dapat disebabkan karena

citra perusahaan yang mengalami penurunan dan munculnya perusahaan-perusahaan asuransi baru yang memiliki citra lebih kuat.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, diketahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian antara lain kualitas produk (Evelina, 2012), kualitas pelayanan (Nurnaningsih, 2012), citra merek (Sekar, 2012) dan persepsi harga (Sukotjo, 2010). Dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa di AJB Bumiputera 1912 Cibinong?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa di AJB Bumiputera 1912 Cibinong?
3. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa di AJB Bumiputera 1912 Cibinong?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa AJB Bumiputera 1912 Cibinong?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **a. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian yang dilakukan ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa di AJB Bumiputera 1912.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa di AJB Bumiputera 1912.

3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa di AJB Bumiputera 1912.
4. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa di AJB Bumiputera 1912.

**b. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi AJB Bumiputera 1912
  - a. Memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pertimbangan nasabah dalam pengambilan keputusan pembelian polis asuransi jiwa sehingga perusahaan dapat meningkatkan faktor yang memberikan dampak positif pada konsumen untuk mengambil polis asuransi di AJB Bumiputera 1912.
  - b. Penulisan ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran lebih luas tentang bagaimana pengaruh kualitas produk, pelayanan, citra merek dan persepsi harga akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil polis asuransi jiwa.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkenaan mengenai pengambilan keputusan dalam pembelian asuransi jiwa.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih luas tentang keputusan pembelian jasa asuransi, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi maupun pembanding pada penelitian selanjutnya.

## **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibagi dalam 5 bab yaitu :

**BAB I** : Pendahuluan

Bab ini memberikan gambaran singkat yang berisi tentang latar belakang serta perumusan masalah yang diteliti serta tujuan dan manfaat penelitian.

**BAB II** : Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas berbagai teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian yang berkaitan dan mendukung dengan masalah yang diteliti dan juga terdapat penelitian terdahulu yang membahas masalah yang sama, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

**BAB III** : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan cara-cara yang digunakan dalam penelitian yang berisi variabel penelitian dan definisi operasionalnya, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode yang dipakai dalam penelitian ini.

**BAB IV** : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang isi pokok dari penelitian dan gambaran mengenai objek penelitian dan hasil penelitian

## BAB V : Penutup

Bab ini mengemukakan kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar produk asuransi yang semakin ketat.