

**“ANALISIS PENGARUH PENDIDIKAN, PENDAPATAN, DAN  
USIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT  
ASURANSI JIWA MANULIFE INDONESIA”**

**SKRIPSI**

DISUSUN DAN DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT  
UNTUK MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS PRODI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA



**DISUSUN OLEH :**

**Nama : Jason Putra Pratama**  
**NIM : 19110044**  
**Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis**  
**Pembimbing : Soedarmanto, SE., MM**

**STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI  
SURABAYA  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Jason Putra Pratama  
NIM : 19110044  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pendidikan, Pendapatan, dan Usia terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Branch Surabaya Sparkling”

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya tulis ini merupakan hasil karya sendiri dengan merujuk pada sumber-sumber terpercaya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.



Penulis,

Materai Rp 10.000

**Jason Putra Pratama**  
**NIM 19110044**

## LEMBAR PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### ANALISIS PENGARUH PENDIDIKAN, PENDAPATAN, DAN USIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT ASURANSI JIWA MANULIFE INDONESIA BRANCH SURABAYA SPARKLING


#### DISUSUN OLEH :

**NAMA : JASON PUTRA PRATAMA**  
**NIM : 19110044**

Telah dipresentasikan didepan dewan penguji dan dinyatakan LULUS pada,  
Hari/Tanggal :

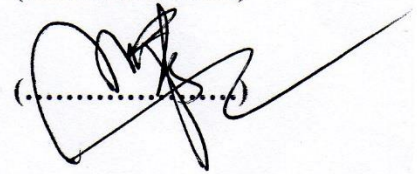
#### DEWAN PENGUJI

**PENGUJI 1 : JULI PRASTYORINI, S.Sos., MM.**  
**NIDN : 0708067104**



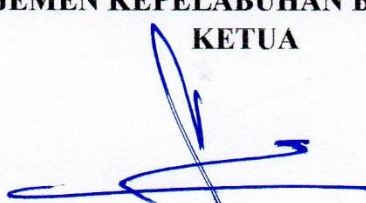
(.....)

**PENGUJI 2 : Mudayat, S.Pd., MM**  
**NIDN : 0722017004**



(.....)

Mengetahui,  
**STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA**  
**KETUA**



**Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI, M.MT**  
**NIDK: 8891880018**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH PENDIDIKAN, PENDAPATAN, DAN USIA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT ASURANSI JIWA  
MANULIFE INDONESIA BRANCH SURABAYA SPARKLING**


**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA : JASON PUTRA PRATAMA  
NIM : 19110044**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**

Menyetujui,  
PEMBIMBING


**PEMBIMBING : SOEDARMANTO, S.E, MM  
NIDN : 0322036902**

  
(.....)

Mengetahui,  
KETUA PROGRAM STUDI

**SOEDARMANTO, S.E, MM**  
**NIDN: 0322036902**

**STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA  
KETUA**

  
**Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI, M.MT**  
**NIDK: 8891880018**

## ABSTRAK

**JASON PUTRA PRATAMA, 19110044**

**ANALISIS PENGARUH PENDIDIKAN, PENDAPATAN, DAN USIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT ASURANSI JIWA MANULIFE INDONESIA SURABAYA SPARKLING**

**Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2023**

**Kata Kunci : Pendidikan, Pendapatan, Usia, Keputusan Pembelian**

Hal tidak terduga dan tidak pasti selalu mengelilingi hidup manusia, yang beresiko untuk menimbulkan kerugian bagi manusia itu sendiri di kemudian hari. Manusia pada dasarnya akan mencari cara dengan anugerah luar biasa yang diberikan pencipta yaitu akal budi untuk memenuhi kebutuhannya terlebih dalam memenuhi kebutuhan akan rasa aman, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengikutsertakan dirinya dalam asuransi.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pendidikan (X1), pendapatan (X2), dan usia (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) PT AJ Manulife Indonesia Branch Surabaya Sparkling menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan sampel berjumlah 80 responden menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik pengumpulan data ini dilakukan menyebar kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar  $4,224 > 1,99167$  t tabel, pendapatan berpengaruh signifikan secara parsial ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar  $2,224 > 1,99167$  t tabel terhadap keputusan pembelian, dan usia berpengaruh signifikan secara parsial ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar  $7,118 > 1,99167$  t tabel terhadap keputusan pembelian serta pendidikan, pendapatan, dan usia berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai dari uji f sebesar  $30,573 > 2,723$  f tabel. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,529 atau 52,9%.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Pendidikan, Pendapatan, dan Usia Terhadap Keputusan Pembelian di PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya”. Penulisan Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir kuliah yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya.

Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Sumarzen Marzuki, M.MT., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya;
2. Soedarmanto, S.E, MM., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya dan dosen pembimbing yang sudah memberikan bimbingan ilmu serta arahan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini hingga selesai;
3. Dosen – dosen STIAMAK yang sudah membantu memberikan ilmu serta arahan kepada peneliti dalam penulisan skripsi hingga selesai;
4. Seluruh manajemen PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya yang telah membantu melancarkan segala kebutuhan data untuk menyelesaikan skripsi;
5. Kepada kedua orang tua dan saudara – saudarasaya yang telah membimbing dan mendoakan selalu sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan lancar;
6. Teman – teman seperjuangan kelas malam dan kelas pagi yang selalu menyemangati dalam penulisan skripsi hingga selesai.

Semoga atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis, semua pihak-pihak yang terkait tersebut mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penyusun menyadari bahwa Penelitian Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak akan sangat membantu. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya,  
Penulis,

**Jason Putra Pratama**  
**NIM : 19110044**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	10
2.1 Keputusan Pembelian .....	10
2.1.1 Pengertian Pendidikan .....	10
2.1.2 Jenis Pendidikan .....	11
2.1.3 Indikator Pendidikan .....	12
2.2 Pendapatan .....	13
2.2.1 Pengertian Pendapatan .....	13
2.2.2 Konsep Pendapatan .....	14
2.2.3 Indikator Pendapatan .....	14
2.2.4 Karakteristik Pendapatan .....	15
2.3 Usia .....	16
2.3.1 Pengertian Usia .....	16
2.3.2 Indikator Usia .....	16
2.4 Keputusan Pembelian .....	17
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	17
2.4.2 Faktor – factor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	18
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.4.4 Dimensi Keputusan Pembelian .....	19
2.5 Hubungan Antar Variabel .....	20
2.5.1 Pengaruh Pendidikan dengan Keputusan Pembelian .....	20
2.5.2 Pengaruh Pendapatan dengan Keputusan Pembelian .....	20
2.5.3 Pengaruh Usia dengan Keputusan Pembelian .....	21
2.6 Penelitian Terdahulu .....	22
2.7 Kerangka Konseptual .....	26

2.8	Hipotesis.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	27
3.2	Populasi dan Sampel .....	27
	3.2.1 Populasi .....	27
	3.2.2 Sampel .....	28
3.3	Definisi Operasional .....	28
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	32
3.6	Teknik Analisis Data.....	33
	3.6.1 Skala Likert.....	33
	3.6.2 Uji Kualitas Data.....	34
	3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	35
	3.6.4 Analisis Linier Berganda .....	37
	3.6.5 Uji Hipotesis.....	38
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
	4.1.1 Latar Belakang PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.....	43
	4.1.2 Misi dan Nilai – Nilai Perusahaan.....	44
	4.1.3 Struktur Organisasi .....	45
	4.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab .....	45
4.2	Karakteristik Responden.....	46
	4.2.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	46
	4.2.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
	4.2.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
4.3	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	48
	4.3.1 Analisis Deskriptif Pendidikan .....	48
	4.3.2 Analisis Deskriptif Pendapatan .....	51
	4.3.3 Analisis Deskriptif Usia.....	53
	4.3.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	56
4.4	Uji Persyaratan Analisis .....	59
	4.4.1 Uji Validitas .....	59
	4.4.1 Uji Reliabilitas .....	60
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	62
	4.5.1 Uji Normalitas .....	62
	4.5.2 Uji Multikolinieritas .....	63
	4.5.3 Uji Heteroskedasitas .....	64
	4.5.4 Uji Linieritas .....	64
	4.5.5 Uji Regresi Linier Berganda .....	65
4.6	Uji Hipotesis .....	66
	4.6.1 Uji T.....	66
	4.6.2 Uji F.....	69



4.6.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
4.7 Pembahasan .....	71
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian yang Telah Dilakukan.....	22
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Angket.....	33
Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pendidikan.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan .....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Usia.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Pendidikan.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Linieritas .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT AJ Manulife Branch Surabaya Sparkling... .....	45
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i> .....	62
Gambar 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan SPSS Versi 29 .....	64
Gambar 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan SPSS Versi 29 .....	65
Gambar 4.6 Hasil Uji T ( Parsial ) dengan SPSS Versi 29 .....	67
Gambar 4.7 Hasil Uji F ( Simultan ) dengan SPSS Versi 29 .....	69
Gambar 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi dengan SPSS Versi 29 .....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Permohonan Ijin Penelitian Skripsi
- Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Linieritas
- Lampiran 5 Lembar Kuesioner Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kehidupan merupakan hal luar biasa yang di anugerahkan oleh sang pencipta kepada kita ciptaan-Nya. Seiring berjalannya waktu, banyak hal tidak terduga yang telah terjadi yang sangat mempengaruhi aspek – aspek kehidupan kita seperti pesatnya perkembangan dari teknologi dan pandemi covid – 19 yang sangat memengaruhi perusahaan – perusahaan di Indonesia. Hal – hal tidak terduga tersebut tidak hanya mengepung berbagai perusahaan lokal saja namun juga berbagai perusahaan asing. Banyaknya ketidakpastian yang disebabkan oleh hal tersebut memengaruhi secara langsung dan juga secara tidak langsung terhadap perekonomian dan meliputi segala hal hidup kita sebagai insan sehingga meningkatnya hal - hal yang kita butuhkan seperti kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier tentu saja dapat terjadi. Hal ini membuat kita sebagai manusia memerlukan tidak hanya kebutuhan biologis saja namun juga kebutuhan keselamatan akan rasa aman dan perlindungan terutama dalam situasi yang tidak pasti dan pesat sekali perubahannya sesuai dengan hierarki kebutuhan menurut Abraham Maslow (1994), terdapat lima hal yang dibutuhkan oleh seorang manusia yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan sosial, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan aktualisasi diri dan kebutuhan penghargaan.

Setiap insan yang lahir dan tercipta di dunia ini tentu mustahil untuk terlepas dengan yang disebut masalah dan resiko. Hal tidak terduga dan tidak pasti selalu mengelilingi hidup manusia, yang beresiko untuk memunculkan factor negatif bagi manusia itu sendiri di kemudian hari. Resiko dan masalah yang selalu mengelilingi umat manusia membuat hal tersebut tidak bisa dihindari. Resiko dan masalah merupakan hal yang mungkin terjadi dan menyebabkan kerugian yang tidak diinginkan dan tidak terduga pada diri manusia.

Manusia pada dasarnya akan mencari cara dengan anugerah luar biasa yang diberikan pencipta yaitu akal budi untuk memenuhi kebutuhannya terlebih dalam memenuhi kebutuhan akan rasa aman, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah

dengan mengikutsertakan dirinya dalam asuransi. Hal ini disebabkan karena setiap insan yang lahir dan tercipta di dunia ini tentu sangat tidak menginginkan risiko seperti kemungkinan kematian yang terlalu dini, jatuh sakit dan mengalami kecelakaan meski hal ini adalah hal yang sudah pasti akan dialami oleh setiap insan yang lahir di dunia ini. Hal – hal tersebut datang tanpa dapat diketahui oleh manusia sehingga akan meninggalkan kerugian secara bagi dirinya sendiri maupun keluarga yang ditinggalkan.

Tetapi secara umum, mayoritas masyarakat di Indonesia masih belum menganggap asuransi sebagai hal yang penting dalam memenuhi kebutuhannya akan rasa aman, hal ini terjadi karena kurangnya edukasi dan penyebaran informasi yang beredar dan berbagai faktor lainnya mengenai produk dan peran yang penting dari asuransi.

Memindahkan risiko kerugian keuangan merupakan pengertian dasar asuransi sesuai dengan pengertian asuransi menurut Faried Wijaya dan Soetatwo Hadiwigeno, 1995 yaitu asuransi merupakan suatu produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pemegang polis, sehingga mereka mendapatkan perlindungan dari berbagai macam risiko.

Asuransi jiwa dijelaskan dalam peraturan yang berlaku di Indonesia yaitu undang – nudang nomor. 2 tahun 1992 menjelaskan bahwa perjanjian antara dua pihak atau lebih dengan pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menevima premi asuransi, untuk memberikan pengantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita oleh tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa tidak pasti atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seorang yang di pertanggungkan. Asuransi jiwa merupakan asuransi yang memberikan jasa dalam penanggulangan risiko yang dikaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang dipertanggung (Cuandra & Liani, 2019). Oleh karena itu asuransi jiwa memiliki beberapa unsur utama yaitu pengalihan risiko atas diri tertanggung kepada penanggung, pemegang polis berkewajiban membayar premi yang berlaku dan penanggung memiliki kewajiban membayar uang

pertanggung jawaban atas risiko yang dijamin dengan syarat dan ketentuan yang telah diatur di dalam polis. Ironinya, saat ini masyarakat yang sadar dan mengetahui akan pentingnya memiliki asuransi hanya Sebagian kecil saja, terlebih dalam hal kepesertaan, seseorang untuk menjadi pemegang polis tidak diberikan jaminan yang berbentuk materi atau barang, sedangkan premi yang dibebankan bagi pemegang polis adalah harus dibayar setiap bulan ataupun setiap tahun akan tetapi pemegang polis baru akan merasakan manfaat apabila terjadi klaim, berbeda dengan seseorang yang mengambil cicilan atau kredit kendaraan pada suatu leasing, walaupun diberikan biaya yang relative tinggi namun mereka dapat menggunakan kendaraan tersebut untuk keperluan sehari – hari. Seseorang yang berwawasan luas dan berfikir dalam jangka Panjang sangat memahami akan pentingnya program asuransi mengingat akan manfaat proteksi yang akan diperoleh. Terlebih apabila didukung dengan tingkat pendapatan dan pengetahuan yang cukup tinggi seiring bertambahnya pengalaman dari waktu yang dijalannya maka asuransi merupakan pilihan yang tepat untuk menjadi proteksi atau pelindung dari kemungkinan terjadinya risiko.

Beberapa situasi dan kondisi menjadi hal yang dianggap sebagai faktor – faktor yang memiliki hubungan dengan keputusan konsumen dalam keputusan pembelian produk dalam memilih bentuk asuransi antara lain faktor Pendidikan, tingkat pendapatan, dan usia.

Pendidikan sejatinya adalah salah satu bekal utama bagi konsumen dalam usaha umat manusia mengasah akal dan budinya serta hal baik yang ada dalam diri baik secara fisik maupun spiritual sehingga hal ini menjadi modal dasar bagi konsumen dalam bertindak dan menganalisa suatu hal. Pendidikan tidak hanya dipandang sebagai upaya pemberian informasi dan pembentukan keterampilan saja, tetapi juga memperluas cakupan usaha untuk mewujudkan kebutuhan, keinginan dan kemampuan setiap individu sehingga dapat mencapai pola hidup pribadi dan sosial yang memuaskan. Semakin tingginya pendidikan maka akan semakin meningkatkan daya pikir konsumen seiring dengan informasi dan ilmu yang diperoleh ketika duduk di bangku sekolah akan merubah perilaku dan daya pikir seseorang searah dengan hal yang dikemukakan Essael (1987), menurutnya

konsumen yang berpendidikan tinggi memiliki pandangan yang berbeda terhadap alternatif merk dan harga dibandingkan dengan konsumen berpendidikan lebih rendah. Pengaruh pendidikan sebagai salah satu faktor terhadap keputusan menjadi nasabah juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Efendi yang menunjukkan bahwa penelitian berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam keputusan pembelian produk asuransi.

Tingkat pendapatan juga menjadi salah satu factor lain yang memengaruhi keputusan konsumen dalam keputusan pembelian produk asuransi. Pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen karena hal ini merupakan besarnya tingkat penghasilan yang diterima oleh konsumen atas pekerjaan yang dimiliki. Pendapatan didefinisikan sebagai sejumlah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lainnya dalam bentuk gaji, upah, Sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba (keuntungan) dalam kamus manajemen. Sedangkan pendapatan dalam kamus besar Bahasa Indonesia mendefinisikan pendapatan sebagai hasil kerja (usaha dan sebagainya). Artinya, konsumen dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi lebih memiliki kesanggupan untuk membayar premi asuransi setiap bulan atau tahunnya dibandingkan dengan konsumen dengan pendapatan lebih rendah.

Faktor lain yang dapat memengaruhi minat keputusan konsumen dalam keputusan pembelian produk asuransi yaitu usia. Usia merupakan umur individu yang dinyatakan dalam tahun sejak ia dilahirkan hingga saat ini. Usia ketika individu dapat berinteraksi dengan masyarakat dewasa dan juga mengalami perubahan intelektual yang signifikan disebut usia remaja. Usia remaja juga sering mengalami perubahan sikap dan perilaku. Ketika mencapai usia dewasa, yaitu ketika kemampuan mental mencapai puncaknya pada usia 20 tahun, individu dapat belajar dan menyesuaikan diri dengan situasi baru dengan kreativitas. Usia lebih dari 40 tahun disebut usia dewasa awal, di mana pada saat ini terjadi perubahan fisik dan mental (Hurlock, 2002:20).

PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia merupakan bagian dari grup penyedia layanan keuangan dari Kanada yang memiliki wilayah operasi di Asia, Kanada, dan Amerika Serikat dalam naungan Manulife Financial Corporation. Didirikan sejak



tahun 1985, PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia senantiasa memberi penawaran beragam layanan keuangan termasuk asuransi jiwa, asuransi kecelakaan dan Kesehatan, layanan investasi dan dana pension kepada konsumen individu maupun pelaku usaha di Indonesia. Dengan jaringan yang cukup luas dengan jumlah hampir mencapai 11.000 karyawan dan tenaga pemasar professional yang tersebar hampir di seluruh penjuru negeri dengan lebih dari 30 kantor pemasaran, nasabah yang dilayani Manulife Indonesia tercatat sekitar 2 juta nasabah di Indonesia. PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia juga telah memiliki izin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Lamanya sebuah perusahaan berdiri terlebih dengan jumlah karyawan dan konsumen yang cukup besar tentu cukup menunjukkan kualitas suatu perusahaan namun tidak menutup kemungkinan bahwa tetap adanya factor – factor yang memengaruhi minat konsumen.

Asuransi sejatinya membantu manusia di era modern yang pesat sekali perkembangannya dan banyaknya hal tidak terduga dapat terjadi karena tentu setiap individu pasti menginginkan hidupnya tenang meski ada resiko selalu mengincar. Oleh karena itu, salah satu upaya dan usaha yang dapat dilakukan, salah satunya dengan cara melimpagkannya kepada pihak lain yaitu manajemen resiko yang dapat mengelola suatu resiko, dengan cara memindahkan resiko yang dimiliki oleh individu kepada pihak lain. Sehingga, hal ini menjadi hal yang diperlukan oleh setiap individu untuk menghindari resiko, menghindari banyaknya kerugian yang timbul, dan bahkan meminimalisir efek negative dari resiko tersebut. Asuransi adalah salah satu bentuk dari pengelolaan risiko tersebut dengan berbagai macam jenisnya. Oleh sebab itu, factor – factor yang memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian konsumen sangat penting dan harus diperhatikan oleh manajemen dan tenaga pemasar perusahaan demi kelangsungan Lembaga dan juga demi meningkatkan jumlah pemegang polis serta meningkatkan pendapatan premi perusahaan. Namun tidak menutup kemungkinan juga adanya factor – factor yang memengaruhi dan memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian produk asuransi yang dilatar belakangi oleh berbagai hal. Beberapa factor dapat melemahkan maupun meningkatkan keputusan pembelian konsumen seperti factor tingkat pendidikan , tingkat pendapatan, dan usia.

Berdasar dengan penjabaran yang telah ditulis diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan mengangkat judul **“Analisis Pengaruh Pendidikan, Pendapatan, dan Usia terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Branch Surabaya Sparkling”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan permasalahan yang akan dipecahkan sebagai berikut:

1. Apakah pendidikan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya?
2. Apakah pendapatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya?
3. Apakah usia berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya?
4. Apakah pendidikan, pendapatan, dan usia berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife Cabang Surabaya?

## **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini permasalahan pada identifikasi masalah tersebut tidak akan dibahas secara keseluruhan karena berbagai keterbatasan dan menghindari meluasnya permasalahan serta agar penulisan lebih terarah dan mudah dicerna maka dalam penelitian ini penulis memberikan batasan-batasan mengenai masalah yang diteliti, yaitu mengenai pengaruh pendidikan, pendapatan, dan usia terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Branch Surabaya Sparkling.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, adapun tujuan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendidikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya;
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya;
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh usia secara parsial terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya;
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendidikan, pendapatan, dan usia secara simultan terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Kemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian adalah hal penting dari sebuah penelitian. Pada penulisan ini diharapkan memiliki manfaat penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan maupun referensi informasi yang digunakan dalam meningkatkan nasabah pemegang polis asuransi kinerja melalui analisis pengaruh pendidikan, pendapatan, dan usia.
2. Bagi STIAMAK Barunawati  
Penelitian ini diharapkan menambah khasanah pengetahuan dan wawasan untuk mahasiswa dalam berpikir, menambah literatur perpustakaan dalam menganalisis pengaruh pendidikan, pendapatan, dan usia terhadap keputusan

pembelian produk PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya sehingga bermanfaat bagi semua pihak.

### 3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan manfaat berupa pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh pendidikan, pendapatan, dan usia terhadap keputusan pembelian produk PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya, dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam mencerna penulisan ini, maka penulis menyusun dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab yang berisi mengenai latar belakang masalah menjadi acuan penelitian dan landasan penelitian. Adanya rumusan masalah yang menjadi fokus orientasi penelitian. Selain itu terdapat batasan masalah agar penulisan lebih terarah dan mudah dicerna. Serta terdapat tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Dan sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penulisan tugas akhir ini lebih terarah dan mudah dicerna.

### 2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yang diperkuat dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku-buku referensi serta sumber informasi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian.

### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan penelitian. Agar hasil yang dicapai tepat, maka diperlukan langkah-langkah penelitian yang terstruktur dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

#### **4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang analisis dari hasil pengamatan, pengumpulan dan pengelolaan data sehingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

#### **5. BAB V PENTUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok bahasan yang disertai dengan saran-saran bagi pihak terkait sebagai objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan untuk perkembangan dimasa yang akan datang.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Keputusan Pembelian**

##### **2.1.1 Pengertian Pendidikan**

Pendidikan sejatinya tidak hanya mengasah pola pikir akal budi yang telah dianugerahkan sang pencipta kepada manusia, namun juga menjadi bekal dasar setiap insan untuk menjalani kehidupannya. Pendidikan merupakan proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan potensi diri, baik fisik, spiritual, maupun keterampilan, untuk meningkatkan karakter dan kualitas hidup, sesuai dengan prinsip dan kebudayaan yang ada di masyarakat. Pengajaran bisa dilakukan melalui berbagai metode, baik resmi, informal, maupun tidak resmi. Pendidikan resmi adalah pendidikan yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan yang terstruktur dan berjenjang, seperti sekolah dasar, sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, dan perguruan tinggi. Pendidikan informal adalah pendidikan yang diselenggarakan di luar lembaga pendidikan resmi, seperti kursus, pelatihan, dan seminar. Pendidikan tidak resmi adalah pendidikan yang diperoleh dari pengalaman sehari-hari, seperti dari keluarga, lingkungan masyarakat, dan media massa. Pendidikan sangat penting bagi kehidupan manusia. Pendidikan dapat membantu manusia untuk mengembangkan potensi diri, meningkatkan karakter, dan meningkatkan kualitas hidup. Pendidikan juga dapat membantu manusia untuk memahami prinsip dan kebudayaan yang ada di masyarakat, sehingga dapat hidup bermasyarakat dengan baik.

Pendidikan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Konsumen yang berpendidikan tinggi cenderung memiliki pandangan yang berbeda terhadap alternatif merek dan harga dibandingkan dengan konsumen yang berpendidikan lebih rendah. Hal ini karena konsumen yang berpendidikan tinggi lebih memiliki pengetahuan dan informasi yang luas, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik. Pengaruh

pendidikan terhadap keputusan menjadi nasabah telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Efendi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Konsumen yang berpendidikan tinggi lebih cenderung menjadi nasabah daripada konsumen yang berpendidikan lebih rendah. Hal ini karena konsumen yang berpendidikan tinggi lebih memahami manfaat menjadi nasabah. Secara keseluruhan, pendidikan merupakan faktor yang penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Konsumen yang berpendidikan tinggi cenderung memiliki pandangan yang berbeda terhadap alternatif merek dan harga, serta lebih cenderung menjadi nasabah.

### **2.1.2 Jenis Pendidikan**

Pendidikan menurut asal katanya berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri dari kata "pais" yang berarti anak, dan "agogos" yang berarti mengarahkan sesuai apa yang dikemukakan oleh Ahmad Rohani dan Abu Ahmadi (1991). Jadi, pendidikan dapat diartikan sebagai proses pengarahan yang diberikan kepada anak. Dalam bahasa Inggris, pendidikan disebut "education", yang berasal dari kata "to educate" yang berarti "membimbing". Jadi, pendidikan dapat diartikan sebagai proses pembelajaran yang dilakukan untuk mengembangkan potensi diri.

Seiring bertambahnya waktu pendidikan dapat dicapai melalui berbagai jalur, yaitu:

#### **1. Pendidikan formal**

Pendidikan yang dijalankan oleh institusi pendidikan yang terstruktur dan berjenjang, seperti sekolah dasar, sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, dan perguruan tinggi. Pendidikan formal memiliki kurikulum yang terstandarisasi dan tujuan yang jelas, yakni untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk hidup di masyarakat. Pendidikan formal di Indonesia umumnya berlangsung selama 12 tahun, yakni 6 tahun di sekolah dasar, 3 tahun di sekolah menengah pertama, dan 3 tahun di sekolah menengah atas. Setelah

menyelesaikan pendidikan di sekolah menengah atas, siswa dapat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

## 2. Pendidikan Non - Formal

Pendidikan nonformal adalah pendidikan yang diselenggarakan di luar lembaga pendidikan formal, seperti kursus, pelatihan, dan seminar. Pendidikan nonformal biasanya diselenggarakan untuk memberikan keterampilan atau pengetahuan tertentu yang tidak diberikan oleh pendidikan formal. Pendidikan nonformal dapat berlangsung selama beberapa hari, minggu, bulan, atau bahkan tahun.

## 3. Pendidikan Informal

Pendidikan tak resmi atau informal adalah pendidikan yang diperoleh dari pengalaman sehari-hari, seperti dari keluarga, lingkungan masyarakat, dan media massa. Pendidikan tak resmi dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang tidak diperoleh dari pendidikan resmi dan informal. Pendidikan tak resmi dapat berlangsung selama bertahun-tahun atau bahkan seumur hidup

### 2.1.3 Indikator Pendidikan

Sesuai dengan beberapa indikator pendidikan yang dikemukakan Freire (1984) maka terdapat beberapa indikator dalam pendidikan, yaitu :

#### 1. Keterbukaan

Keterbukaan adalah kemampuan untuk menerima ide-ide baru dan beragam. Pendidikan yang beragam adalah pendidikan yang tidak memaksa satu kebenaran absolut kepada peserta didik. Pendidikan yang beragam memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan pemikiran mereka sendiri dan menemukan kebenaran mereka sendiri.

#### 2. Kritisme

Kritisme adalah kemampuan untuk berpikir secara kritis dan tidak menerima sesuatu begitu saja. Pendidikan yang kritis adalah pendidikan yang mengajarkan peserta didik untuk menganalisis informasi dan



argumen secara kritis. Pendidikan yang kritis membantu peserta didik untuk memahami dunia di sekitar mereka dan membuat keputusan yang baik untuk diri mereka sendiri.

### 3. Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif. Pendidikan yang kreatif adalah pendidikan yang mendorong peserta didik untuk berpikir di luar kotak dan mengembangkan solusi baru untuk masalah. Pendidikan yang kreatif membantu peserta didik untuk menjadi lebih mandiri dan lebih percaya diri.

### 4. Partisipasi

Partisipasi adalah keterlibatan aktif dalam proses pendidikan. Pendidikan yang partisipatif adalah pendidikan yang melibatkan peserta didik secara aktif dalam pembelajaran. Pendidikan yang partisipatif membantu peserta didik untuk belajar lebih efektif dan mengembangkan keterampilan hidup yang penting.

### 5. Solidaritas

Solidaritas adalah perasaan empati dengan orang lain. Pendidikan yang solidaritas adalah pendidikan yang mengajarkan peserta didik untuk peduli terhadap sesama dan bekerja sama untuk menciptakan dunia yang lebih baik. Pendidikan yang solidaritas membantu peserta didik untuk menjadi lebih bertanggung jawab dan lebih berjiwa sosial.

## 2.2 Pendapatan

### 2.2.1 Pengertian Pendapatan

Pada prinsipnya pendapatan atau penghasilan akan berpengaruh terhadap minat konsumen melakukan pembelian karena pendapatan merupakan besarnya tingkat penghasilan yang diterima konsumen atas pekerjaan yang dimiliki (Basu Swastha Dharmestha, dan T. Hani Handoko, 2000).

Sumitro memberi arti bahwa pendapatan sebagai uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang

diserahkan yaitu berupa pemasukan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pemasukan dari kekayaan.

### **2.2.2 Konsep Pendapatan**

Berdasarkan apa yang disebutkan oleh Eldon Hendriksen tentang definisi mengenai pendapatan sebagai berikut : konsep dasar pendapatan adalah proses arus, penciptaan barang dan jasa selama jarak waktu tertentu. Definisi diatas memperlihatkan bahwa ada 2 konsep tentang pendapatan yaitu sebagai berikut :

1. Konsep Pendapatan yang memusatkan pada arus masuk (inflow) aktiva sebagai hasil dari kegiatan operasi perusahaan. Pendekatan ini menganggap pendapatan sebagai inflow of net aset.
2. Konsep pendapatan yang memusatkan perhatian kepada penciptaan barang dan jasa serta penyaluran konsumen atau produsen lainnya, jadi pendekatan ini menganggap pendapatan sebagai outflow of good and services. Jika pendapatan dirumuskan dengan cara lain maka pengecualian harus dinyatakan dengan jelas, misalnya pendapatan diakui sebelum arus masuk aktiva benar-benar terjadi.
3. Konsep dasar pendapatan yang diungkapkan oleh Patton dan Littleton dinamakan sebagai produk perusahaan yang menekankan bahwa pendapatan merupakan arus yaitu penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan.

### **2.2.3 Indikator Pendapatan**

Terdapat beberapa indikator pendapatan sesuai yang dikemukakan Bramastuti (2009;48) antara lain :

1. Penghasilan perbulan  
Merupakan penghasilan yang didapat dalam rentang waktu 30 hari atau satu bulan

2. Pekerjaan

Merupakan penghasilan yang didapatkan dari hasil pekerjaan yang dilakukan

3. Anggaran biaya sekolah

Alokasi dana yang diperuntukan untuk biaya Pendidikan keluarga

4. Beban keluarga yang ditanggung

Tanggung jawab ekonomi yang harus dikeluarkan sesuai dengan jumlah keluarga yang belum memiliki penghasilan

#### **2.2.4 Karakteristik Pendapatan**

Melalui definisi dan teori pendapatan menurut para ahli yang sudah dikemukakan diatas, dapat diketahui karakteristik yang membentuk pengertian pendapatan, yaitu :

1. Aliran masuk atau kenaikan aset adalah jumlah aset baru yang diterima dari konsumen, aliran dari dana konsumen, kenaikan laba ekonomi, laba penjualan aset.
2. Kegiatan yang mempresentasi operasi utama atau sentral yang terus menerus adalah pendapatan dari kegiatan normal perusahaan biasanya diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa yang berhubungan dengan kegiatan utama perusahaan.
3. Pelunasan, penurunan, atau pengurangan kewajiban dimana suatu entitas mengalami kenaikan aset sebelumnya, misalnya menerima pembayaran dimuka dari pelanggan, pengiriman barang, atau pelaksanaan jasa akan mengurangi kewajiban yang menimbulkan pendapatan. Jadi kenaikan aset, pendapatan dapat diartikan sebagai penurunan kewajiban.
4. Suatu entitas maksudnya adalah pendapatan didefinisi sebagai kenaikan aset bukannya kenaikan ekuitas bersih meskipun kenaikan aset tersebut akhirnya berpengaruh terhadap kenaikan ekuitas bersih.

5. Produk perusahaan maksudnya dimana aliran aset dari pelanggan berfungsi hanya sebagai pengukur, tetapi bukan pendapatan itu sendiri. Produk fisik yang dihasilkan oleh kegiatan usaha itulah yang merupakan pendapatan. Produk merupakan pencapaian dari tiap kegiatan produktif. Pendapatan merupakan aliran masuk aset (unit moneter) dan hal tersebut berkaitan dengan aliran fisis berupa penyerahan produk (output) perusahaan.
6. Pertukaran produk, harus dinyatakan dalam satuan moneter untuk dicatat kedalam system pembukuan. Satuan moneter yang paling objektif adalah jika jumlah rupiah tersebut merupakan hasil transaksi atau pertukaran antara pihak independen.

## **2.3 Usia**

### **2.3.1 Pengertian Usia**

Usia terkadang dapat mewakili manusia dalam menilai penampilan fisik maupun ukuran pengetahuannya karena usia merupakan kurun waktu sejak adanya seseorang dan dapat diukur menggunakan satuan waktu dipandang dari segi kronologis, individu normal dapat dilihat derajat perkembangan anatomis dan fisiologis sama (Nuswantari, 1998).

Usia pada dasarnya merupakan ukuran yang menjadi acuan tentang lamanya manusia menjalani kehidupun sejak terlahir hingga akhir hayatnya, usia juga merupakan waktu lamanya hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan) (Hoetomo, 2005)

### **2.3.2 Indikator Usia**

Berdasar data yang didapat melalui DepKes RI pada tahun 2009 usia dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Berusia 0 sampai dengan 5 Tahun merupakan Masa Balita
2. Usia 5 sampai dengan 11 Tahun merupakan Masa Kanak – kanak
3. Usia 12 sampai dengan 16 Tahun merupakan Masa Remaja Awal
4. Usia 17 sampai dengan 25 Tahun merupakan Masa Remaja Akhir

5. Usia 26 sampai dengan 35 Tahun merupakan Masa Dewasa Awal
6. Usia 36 sampai dengan 45 Tahun merupakan Masa Dewasa Akhir
7. Usia 46 sampai dengan 55 Tahun merupakan Masa Lansia Awal
8. Usia 56 sampai dengan 65 Tahun merupakan Masa Lansia Akhir
9. Seseorang dengan Usia 65 Tahun keatas masuk Masa Manula

Sedangkan pembagian kategori usia menurut badan kesehatan dunia atau WHO dibagi menjadi :

1. Berusia 0 – 17 Tahun adalah Masa Anak – anak dibawah umur
2. Berusia 18 – 65 Tahun memasuki Masa Pemuda
3. Berusia 66 – 79 Tahun adalah Masa Setengah baya
4. Berusia 80 – 99 Tahun merupakan Orang Tua
5. Berusia 100 Tahun keatas adalah Orang Tua berusia panjang

## **2.4 Keputusan Pembelian**

### **2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian pada umumnya berbeda – beda karena berbagai factor dan latar belakang yang sngat kompleks dan variative sehingga seseorang harus memutuskan dan mengenal masalah yang dialaminya seperti yang dikemukakan Tjiptono (2015:21) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu.

Karena setiap individu menjalani kehidupannya setiap hari beriringan dengan resiko yang selalu dihadapkan maka hal itu juga mempengaruhi perilaku individu tersebut dalam menentukan keputusan seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (consumer behavior)

sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian

#### **2.4.2 Faktor – factor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Memahami perilaku konsumen adalah tugas penting bagi pemasar. Oleh karena itu, dalam memahami hal ini, perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen sampai di tahap keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016:195):

1. Faktor Budaya

Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku pembentuk paling dasar.

2. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti, kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli jua dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara seksama agar produk yang ditawarkan pemasar dapat diterima oleh mereka.

#### **2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian**

Terdapat 4 indikator dalam keputusan pembelian menurut Thompson (2016:57) yaitu:

1. Sesuai kebutuhan

Pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.

2. Mempunyai manfaat

Produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen.

3. Pembelian berulang

Keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi dimasa yag akan datang.

4. Ketepatan dalam membeli produk

Harga produk sesuai kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen

#### **2.4.4 Dimensi Keputusan Pembelian**

Berdasarkan dengan apa yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016:194) keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut::

1. Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

2. Pilihan merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek nama yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

3. Pilihan penyalur

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, dan keluasan tempat.

4. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya

## 5. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat, pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.

## 6. Metode Pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya aspek lingkungan dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian

## 2.5 Hubungan Antar Variabel

### 2.5.1 Pengaruh Pendidikan dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan peraturan yang berlaku yaitu Undang-Undang No. 20 tahun 2003 jenis pendidikan mencakup pendidikan umum, kejuruan, akademik, profesi, vokasi, keagamaan, dan khusus. Sedangkan jalur pendidikan terdiri atas pendidikan normal, nonformal dan informal yang dapat saling melengkapi dan memperkaya. Oleh karena itu, tingkat pendidikan memiliki pengaruh dengan pemahaman konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Saat konsumen memiliki pemahaman yang lebih mendalam, maka konsumen akan lebih baik saat membuat keputusan, merkeka akan lebih efektif dan tepat sasaran dalam mencerna informasi dan mampu mengumpan balik informasi yang lebih baik.

### 2.5.2 Pengaruh Pendapatan dengan Keputusan Pembelian

Pendapatan merupakan jumlah keseluruhan dari hasil yang diperoleh. Jadi secara keseluruhan yang telah dilakukan oleh seseorang atas kerja keras akan mendapatkan hasil atau sebagai balas jasa. Biro pusat statistik merinci pendapatan yaitu pendapatan berupa uang adalah segala hasil kerja atau usahanya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauntngiljanan, Soegoto,



Uhing (2014), bahwa tingkat pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada asuransi. Semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula pendapatan lebih sehingga memiliki daya beli yang lebih baik.

### **2.5.3 Pengaruh Usia dengan Keputusan Pembelian**

Usia merupakan acuan dalam bentuk tahun mengenai seseorang yang sejak ia dilahirkan hingga saat ini. Usia dinamakan remaja dimana menurut piaget secara psikologi, masa remaja adalah usia dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa dan termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok. Pada masa remaja terjadi perubahan sikap dan perilaku, sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan. Usia 18-40 tahun dinamakan dewasa dini dimana kemampuan mental mencapai puncaknya dalam usia 20 tahun untuk mempelajari dan menyesuaikan diri pada situasi baru seperti berfikir kreatif. Pada masa dewasa ini sering mencapai puncak prestasi. Usia >40 tahun dinamakan usia madya dini dimana pada masa tersebut pada akhirnya ditandai perubahan perubahan jasmani dan mental pada individu tinggal mempertahankan prestasi yang telah dicapainya pada usia dewasa (Hurlock. 2002. Hal. 20). Mahdzan & Victorian (2013) menyatakan bahwa individu yang membeli asuransi cenderung kepada individu yang berusia tua. Karena dengan semakin bertambahnya usia otomatis akan berpengaruh terhadap keputusan membeli asuransi. Semakin tua usia yang dibekali dengan ilmu maka seseorang akan berfikir bagaimana cara untuk mengurangi risiko. Semakin tua usia seseorang maka umumnya memiliki tanggungan keluarga semakin banyak dan semakin besar kemungkinan mengalami musibah seperti kecelakaan atau sakit yang dapat menyebabkan meninggal dunia. Dengan mengambil keputusan membeli asuransi maka seseorang akan merasa aman dalam menghadapi berbagai risiko yang tidak diinginkan.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah landasan bagi penelitian ini. Berikut adalah ringkasan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan oleh peneliti yang berasal dari skripsi maupun jurnal penelitian yang sudah dilakukan terdahulu.

**Tabel 2.1 Daftar Penelitian yang Telah Dilakukan**

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
1.	Darma Yala Sesya, Dewi (2022)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. HNI/HPAI	1. Harga (X1) 2. Kualitas Produk (X2) 3. Promosi (X3) 4. Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

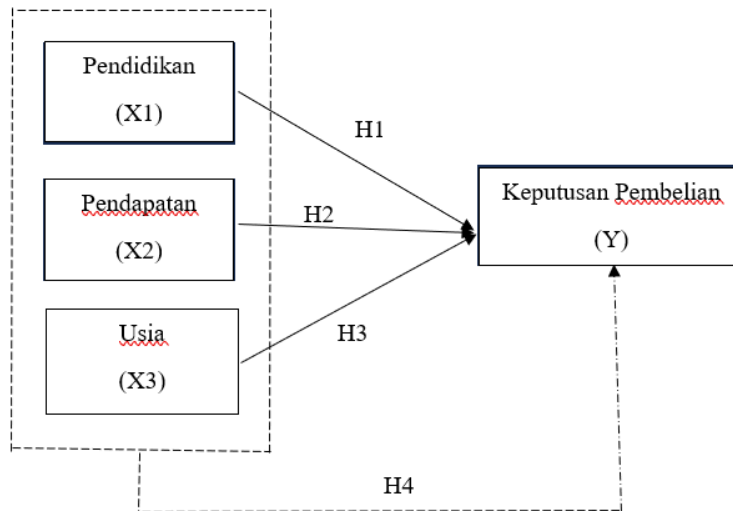
No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
2.	Dwita, Bambang, Sri Murni (2018)	Analisis Pengaruh Kebudayaan, Sosial, Kepribadian dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian SHAR'E	1. Kebudayaan (X1) 2. Sosial(X2) 3. Kepribadian (X3) 4. Psikologis (X4) 5. Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebudayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variable sosial terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variable kepribadian memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan juga ketiga variable tersebut terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
3.	Kurniawan, Achmad Agfil (2022)	Analisis Visual Merchandising, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans (Studi Pada Konsumen Sepatu Vans Di Kota Surabaya)	1. Visual Merchandising (X1) 2. Harga (X2) 3. Kualitas Produk (X3) 4. Keputusan pembelian (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa visual merchandising, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan pada keputusan pembelian

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
4.	Nur Iskanda, Moch Zulfikar (2022)	Pengaruh Personal Selling, Direct Marketing Dan Marketing Interaktif Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekspedisi PT. Ambra Logistics	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Personal Selling (X1)</li> <li>2. Direct Marketing (X2)</li> <li>3. Marketing Interaktif (X3)</li> <li>4. Keputusan Pengguna (Y)</li> </ol>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel personal selling, direct marketing dan marketing interaktif berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa secara parsial. secara simultan, personal selling, direct marketing, dan marketing interaktif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.</p>
5.	Khoniatur Rohmah, Isna (2022)	Pengaruh Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Somethinc	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga (X1)</li> <li>2. Brand Image (X2)</li> <li>3. Kualitas Produk (X3)</li> <li>4. Keputusan Pembelian (Y)</li> </ol>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Brand Image secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan.</p>

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
6.	Prastyorini, Juli, Widyawati, Nur, & Jannata, Shakila Maya (2022)	Analisis Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pada PT. Perkebunan Nusantara XI	1. Harga ( X1) 2. Kepercayaan Merek (X2) 3. Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian gula pasir sebelas, variabel kepercayaan merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian gula pasir sebelas, dan variabel harga dan kepercayaa merek secara bersama – sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian gula pasir sebelas.

Sumber Jurnal Tahun 2023

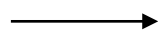
## 2.7 Kerangka Konseptual



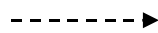
**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Sumber : Diolah sendiri, 2023

Keterangan :



: Pengaruh Parsial



: Pengaruh Simultan

## 2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa rumusan masalah dapat dinyatakan dalam berbagai bentuk kalimat pertanyaan. Dari rumusan masalah yang telah dirumuskan, kemudian diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : pendidikan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H2 : pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H3 : usia secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H4 : pendidikan, pendapatan, dan usia secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan apa yang dikemukakan tentang pengertian metode kuantitatif oleh Sugiyono (2019) metode kuantitatif merujuk pada sebuah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode ini digunakan untuk melakukan penelitian terhadap suatu populasi atau sampel yang telah ditentukan. Proses pengumpulan data dilakukan dengan instrument penelitian, sedangkan analisis data menggunakan metode statistik kuantitatif. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Sebenarnya populasi sendiri merupakan suatu wilayah yang secara umum tersusun atas objek hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017). Dalam hal ini, objek memiliki mutu dan karakteristik yang terkualifikasi. Dalam hal ini yang ditentukan adalah yang ditentukan oleh peneliti agar dipelajari dan berikutnya akan ditariknya sebuah konklusi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai Agustus di PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Branch Surabaya Sparkling yang berlokasi di Pakuwon Tower, Jl. Embong Malang Lt 28 - 29, Kedungdoro, Kec. Tegalsari, Surabaya, Jawa Timur 60261. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Branch Surabaya Sparkling dalam satu tahun terakhir yang berjumlah 80 nasabah.

### 3.2.2 Sampel

Agar data yang diperoleh dan kesimpulan dapat diambil secara akurat dan terpercaya maka harus dilakukan pemilihan sampel secara meyakinkan. Menurut Sugiyono (2017), sampel merupakan representasi responden yang merupakan subjek penelitian atau yang akan diteliti, dan mereka menjadi responden dalam penelitian tersebut. Sampel ini merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi secara keseluruhan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016: 85). Alasan menggunakan teknik purposive sampling ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016: 85).

Berdasarkan dengan apa yang dikemukakan Sugiyono, (2016: 85) metode penentuan sampel jenuh atau total sampling adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia yang berlokasi di Pakuwon Tower, Jl. Embong Malang Lt 28 - 29, Kedungdoro, Kec. Tegalsari, Surabaya, Jawa Timur 60261 yang berjumlah 80 nasabah yang akan dijadikan sebagai responden penelitian ini. Alasan menggunakan seluruh populasi menjadi sampel adalah dikarenakan mewakili seluruh populasi karena jika kurang dari 100 populasi, maka dijadikan sampel penelitian semuanya, oleh karena itu peneliti mengambil 80 sampel yang diambil dari seluruh nasabah.

### 3.3 Definisi Operasional

Regita (2020) dalam Purnamasari menyatakan bahwa definisi operasional variabel adalah penjelasan yang jelas tentang setiap variabel dalam penelitian dan diuraikan menjadi indikator – indikator yang terkait. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan terikat, dengan penjelasan sebagai berikut :



1. Variabel bebas, menurut Sugiyono (2019), merupakan variabel independen yang juga dikenal sebagai variabel stimulus, prediktor. Variabel bebas adalah faktor yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pendidikan, pendapatan, dan usia.
2. Variabel terikat, menurut Sugiyono (2019), juga dikenal sebagai variabel output, kriteria dan konsekuensi. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

**Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
Pendidikan (X1)	Pendidikan menurut asal katanya berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri dari kata "pais" yang berarti anak, dan "agogos" yang berarti mengarahkan sesuai apa yang dikemukakan oleh Ahmad Rohani dan Abu Ahmadi (1991)	1. Keterbukaan 2. Kritisme 3. Kreativitas 4. Partisipasi 5. Solidaritas  Menurut Freire (1984)

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
Pendapatan (X2)	Sumitro mengartikan bahwa pendapatan sebagai uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pemasukan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pemasukan dari kekayaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan yang diterima perbulan</li> <li>2. Pekerjaan</li> <li>3. Anggaran Biaya Sekolah</li> <li>4. Beban keluarga yang ditanggung per bulan untuk per orang</li> </ol> <p>Menurut Bramastuti (2009) dalam Satiti (2014:4)</p>
Usia (X3)	Usia pada dasarnya merupakan ukuran yang menjadi acuan tentang lamanya manusia menjalani kehidupun sejak terlahir hingga akhir hayatnya, usia juga merupakan waktu lamanya hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan) (Hoetomo, 2005)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berusia 0 -17 Tahun adalah masa anak - anak dibawah umur</li> <li>2. Berusia 18 – 65 Tahun memasuki Masa Pemuda</li> <li>3. Berusia 66 – 79 Tahun adalah Masa Setengah baya</li> <li>4. Berusia 80 – 99 Tahun merupakan Orang Tua</li> <li>5. Berusia 100 Tahun keatas adalah Orang Tua berusia Panjang</li> </ol> <p>Menurut badan Kesehatan dunia atau WHO</p>

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
Keputusan Pembelian (Y)	Tjiptono (2015:21) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sesuai Kebutuhan</li> <li>2. Mempunyai manfaat</li> <li>3. Pembelian Berulang</li> <li>4. Ketepatan dalam membeli produk</li> </ol> <p>Menurut Thompson (2016:57)</p>

Sumber : Diolah sendiri, 2023

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam memperoleh sebuah informasi yang diperlukan dalam mencapai tujuan penelitian hingga dilakukan pengumpulan data, penelitian ini menggunakan data prosedur sebagai berikut :

#### 1. Kuesioner

Berdasarkan yang dikemukakan oleh Sanusi (Regita,2020) bahwa kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang tidak memerlukan kehadiran peneliti secara langsung, tetapi cukup menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun dengan hati – hati sebelumnya. Kemudian, Jawaban dalam penelitian ini diberi skor menggunakan skala likert. Dengan menggunakan skala likert, variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator – indikator variabel. Indikator tersebut kemudian digunakan sebagai titik acuan untuk menyusun item – item dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Setiap pertanyaan atau pernyataan dilengkapi dengan lima opsi jawaban dan skor nilai yang sesuai.

## 2. Observasi

Berdasarkan dengan yang telah dikemukakan oleh Widoyoko (Birgitta,2022) observasi didefinisikan sebagai tindakan mengamati dan mendokumentasikan faktor – faktor yang muncul secara langsung pada obyek yang sedang diselidiki. Dalam konteks penelitian ini, observasi merupakan langkah pertama dalam proses pengumpulan data.

## 3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dasar dan pendapat tertulis dengan cara mempelajari berbagai literatur yang terkait dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti memperoleh sumber informasi yang relevan dari berbagai referensi.

### 3.5 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Berdasarkan dengan definisi yang dikemukakan oleh Husein Umar (2013), data yang didapat melalui langsung sumber pertama secara langsung, entah individu atau perseorangan disebut data primer. Jenis data ini didapatkan melalui wawancara langsung dengan responden atau melalui pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Data primer memiliki kekhususan dalam konteks pengumpulan informasi dari subjek penelitian secara langsung.

#### 2. Data sekunder

Data ini berbeda dengan data primer yang diperoleh secara langsung tetapi merupakan hasil pengumpulan data secara tidak langsung yang diperoleh melalui informasi yang ada di lapangan. Salah satu contohnya adalah data yang diperoleh dari dokumen, seperti buku yang memiliki keterkaitan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data yang digunakan dalam studi ini khususnya terkait dengan dokumen yang berhubungan dengan keputusan pembelian .

### 3.6 Teknik Analisis Data

Berdasarkan definisi yang sudah dikemukakan Sugiyono (2017) analisis data adalah tahap yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya telah terkumpul. Kegiatan dalam analisis data mencakup pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data yang telah diteliti, melakukan penghitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Studi ini menggunakan analisis regresi linier berganda sertam perolehan dari uji kualitas data yang sudah dilakukan uji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Selain itu, uji penyimpangan asumsi klasik dan uji hipotesis digunakan pula.

#### 3.6.1 Skala Likert

Dalam penelitian ini, digunakan skala pengukuran likert sebagai alat pengukuran. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu kejadian atau gejala sosial, seperti yang diungkapkan oleh Ridwan (Regita,2020). Skala likert terdiri dari pernyataan positif dan negatif.

Dalam penggunaan skala likert, terdapat pilihan jawaban yang merupakan respons dari responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

**Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Angket**

No	Kategori	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2017)

### 3.6.2 Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk menentukan keabsahan suatu kuesioner. Keabsahan kuesioner dapat dikatakan tercapai jika terdapat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  (untuk setiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item – total correlations*, dengan  $r_{tabel}$  dengan mencari *degree of freedom*) ( $df$ ) =  $N - k$ , dalam hal ini  $N$  sebagai jumlah sampel, dan  $K$  sebagai jumlah variabel independen penelitian. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  memiliki nilai positif maka butir atau pertanyaan indikator tersebut dinyatakan valid apabila :

- a.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- b.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno dalam Regita (2020), uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi keandalan atau konsistensi alat ukur yang umumnya menggunakan kuesioner. Ghozali (2012) menyatakan bahwa dalam penelitian ini, uji reliabilitas akan menggunakan fasilitas SPSS dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$ , maka dapat dikatakan bahwa suatu konstruk atau variabel memiliki reliabilitas yang baik.

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bisa dilakukan agar kita dapat mempertanggung jawabkan atas hasil regresi yang bebas. Akibatnya, tujuan dari pengujian ini adalah untuk mendapatkan persamaan yang paling benar dengan menggunakan metode kuadrat terkecil untuk menemukan parameter regresi. Apabila memenuhi persyaratan BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) maka metode Ordinary Least Square dapat digunakan sebagai estimasi tidak bias. Oleh karena itu, pengujian asumsi klasik mencakup pengujian Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi.

#### 1. Uji Normalitas

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh Ghozali (2016), tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual dalam sebuah model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Residual adalah nilai – nilai yang muncul dari perbedaan antara nilai sebenarnya dan nilai yang diprediksi oleh model. Dalam uji normalitas, jika asumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal tidak terpenuhi, maka uji statistik yang digunakan akan menjadi tidak valid, terutama untuk jumlah sampel yang kecil.

Terdapat dua cara agar terdeteksi apakah residual mempunyai distribusi normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik. Dalam uji ini, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Data penelitian memiliki distribusi normal

$H_1$  : Data penelitian tidak memiliki distribusi normal

Untuk menguji hipotesis ini, berdasarkan sampel yang akan diuji, pengujianya sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi pada uji ini  $>5\%$  maka diterima  $H_0$ , yang berarti distribusi sampel dianggap normal.
- b. Jika nilai signifikansi pada uji ini  $<5\%$  maka ditolak  $H_0$ , yang berarti distribusi sampel dianggap tidak normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (Regita,2020), uji multikolinieritas dilakukan untuk memahami hubungan antara variabel bebas dalam sebuah penelitian. Pengujian multikolinieritas melibatkan pengukuran besarnya menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL). TOL mengukur sejauh mana variabel independen saling berkorelasi. Jika nilai toleransi rendah, maka nilai VIF akan tinggi (karena  $VIF = 1/TOL$ ). Nilai cutoff yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai TOL lebih dari 0.01 atau nilai VIF lebih dari 10.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian multikolinieritas adalah sebagai berikut :

$H_0$  :  $VIF > 10$  menunjukkan adanya multikolinieritas

$H_0$  :  $VIF < 10$  menunjukkan tidak adanya multikolinieritas

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi memiliki residual yang heterogen atau homogen. Dalam sebuah model regresi yang baik, residual seharusnya homogen. Oleh karena itu, deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan memperhatikan apakah terdapat pola khusus pada scatter plot antara SRESID (residual yang telah di studentized) dan ZPRED (nilai prediksi). Pada scatter plot tersebut, sumbu Y mewakili nilai prediksi Y, sementara sumbu X mewakili residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ aktual}$ ).

Berikut adalah cara analisis asumsi heteroskedastisitas berdasarkan pola yang terlihat pada scatter plot :

- a. Jika terdapat pola tertentu, misalnya titik – titik yang membentuk pola bergelombang, melebar, kemudian menyempit secara teratur, maka hal tersebut menunjukkan adanya heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik – titik tersebar diatas dan dibawah nilai 0 pada sumbu Y, maka hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.



#### 4. Uji linieritas

Uji ini digunakan untuk memeriksa apakah model yang digunakan sudah benar atau tidak berdasarkan dengan yang dikemukakan oleh Ghozali (2018). Uji linieritas bertujuan untuk menentukan apakah ada hubungan linier yang signifikan antara dua variabel. Uji ini umumnya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian dilakukan menggunakan SPSS dengan menggunakan Test of Linearity dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai sig deviation from linearity > 0,05, maka terdapat hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai Sig. deviation from linearity < 0,05, maka tidak ada hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat.

#### 3.6.4 Analisis Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengilustrasikan hubungan antar variabel – variabel dan juga untuk melakukan prediksi. Regresi juga dapat digunakan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk mengungkap pola hubungan yang modelnya belum diketahui secara lengkap. Dalam penelitian ini, model persamaan dalam analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel Pendidikan

$\beta_2$  = Koefisien regresi variabel Pendapatan

$\beta_3$  = Koefisien regresi variabel Usia

X1 = Pendidikan

X2 = Pendapatan

X3 = Usia

$\varepsilon$  = Estimasi *error* dari masing – masing variabel

### 3.6.5 Uji Hipotesis

#### 1. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2013), uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat. Berikut adalah langkah – langkah dalam uji F:

#### a. Merumuskan hipotesis.

H0 : Variabel pendidikan, pendapatan, usia tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya.

H1 : Variabel pendidikan, pendapatan, usia memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya.

#### b. Meentapkan nilai *level of significance* ( $\alpha$ ) sebesar 0.05

#### c. Mengambil keputusan berdasarkan nilai signifikansi

1. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti pendidikan, pendapatan, usia tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya.

2. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$ , maka H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti pendidikan, pendapatan, usia memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya .

- d. Mengambil keputusan berdasarkan nilai F yang dihitung dengan F table.

Rumus  $F_{hitung}$

$$\frac{R^2/(k - 1)}{1 - R^2/(n - k)}$$

Keterangan :

F = pengujian secara simultan

$R^2$  = koefisien determinasi

$k$  = banyaknya variabel

$n$  = banyaknya sampel

Rumus  $F_{tabel}$

$F_{tabel} = F(K; N) - K$
---------------------------

1. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel pendidikan, pendapatan, usia terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pendidikan, pendapatan, usia terhadap variabel keputusan pembelian.

## 2. Uji t (Parsial)

Dalam dasarnya, uji statistik t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh individu dari satu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Uji t (t-test) pada dasarnya menunjukkan sejauh mana pengaruh parsial (individu) dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0.05$  (Ghozali, 2011)

### a. Merumuskan hipotesis

H0:  $\beta_i = 0$ ; variabel pendidikan, pendapatan, dan usia secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya.

H1:  $\beta_i \neq 0$ ; variabel pendidikan, pendapatan, usia memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya.

### b. Menetapkan *level of significance* ( $\alpha$ ) sebesar 0.05

### c. Mengambil keputusan berdasarkan nilai signifikansi

1. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti secara parsial pendidikan, pendapatan, usia tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya.

2. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti secara parsial pendidikan, pendapatan, usia memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Surabaya.

Mengambil keputusan dengan  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$  dengan rumus  $T_{hitung}$  :

$$t = \frac{bi}{Se(bi)}$$

Keterangan =

t = test signifikan dengan angka korelasi

bi = koefisien regresi

Se(bi) = standar *error* dari koefisien korelasi

Rumus  $T_{tabel}$ :

1.  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh variabel pendidikan, pendapatan, usia secara parsial terhadap variable keputusan pembelian pada PT Asuransi Jiwa Maunlife Indonesia
2.  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka ada pengaruh variable pendidikan, pendapatan, dan usia secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

### 3. Menentukan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada dasarnya mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel dependen.

Nilai R<sup>2</sup> berkisar antara -1 sampai dengan  $(-1 \leq R \leq 1)$  artinya jika  $R = -1$  mendekati -1 menunjukkan hubungan antara sejumlah variabel bebas (X) secara bersama – sama dengan variabel terikat (Y) sempurna negative atau berlawanan arah. Jika  $R = 0$  mendekati 0, menunjukkan tidak ada hubungan antara sejumlah variabel bebas (X) secara bersama – sama dengan variabel terikat (Y). jika  $R = 1$  atau mendekati 1, maka hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) sempurna dan searah atau positif.

**Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 -1000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengevaluasi tingkat keakuratan yang terbaik dalam analisis regresi. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) berkisar antara 0 dan 1. Ketika nilai R<sup>2</sup> adalah nol, itu menunjukkan bahwa variabel independen tidak sama sekali memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Namun, ketika nilai koefisien determinasi mendekati satu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Latar Belakang PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia**

PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia merupakan perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Manulife Financial Corporation, grup perusahaan penyedia layanan keuangan dari Kanada yang beroperasi di Asia, Kanada, dan Amerika Serikat. Perusahaan ini bergerak di bidang asuransi jiwa, program kesejahteraan karyawan (*employee benefits*) dan reksa dana, yang sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1985. Manulife Indonesia dikenal memiliki kondisi keuangan yang kuat dan komitmen pelayanan yang prima untuk seluruh nasabahnya, serta menawarkan produk dan jasa yang paling lengkap dalam industry jasa finansial di Indonesia melalui produksi asuransi jiwa dan *employee benefits* dari PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Dalam pengelolaan investasi luar negeri, PT Asuransi Jiwa Manulife bekerja sama dengan *Manulife Asset Management (Hongkong) Limited* yang memiliki pengalaman luas dalam mengelola aset internasional.

Perjalanan seperempat abad mengarungi bisnis di Indonesia dilalui PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia diawali dengan 14 karyawan dan tiga orang agen pada tanggal 18 Juli 1985, perusahaan ini kini dipercaya oleh lebih dari dua juta pemegang polis yang berkantor pusat di Sampoerna Strategic Square South Tower Jl. Jendral Sudirman Kavling 45–46 Jakarta. PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia beroperasi melalui jaringan kantor pemasaran yang berjumlah lebih dari 30 kantor pemasaran, didukung oleh lebih dari 10.000 karyawan dan agen profesional dan memiliki sekitar 2 juta kontrak nasabah yang aktif.

Manulife Indonesia beroperasi dengan izin usaha berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. Kep-020/KM.13/1989 tertanggal 6 Maret 1989 dan surat Departemen Keuangan Republik Indonesia

No. S.254/MK.17/99 tertanggal 30 Juni 1999. PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

#### **4.1.2 Misi dan Nilai – Nilai Perusahaan**

##### **1 Misi Perusahaan**

Membantu keluarga Indonesia meraih impian dan aspirasi mereka serta menjalani hidup dengan penuh rasa percaya diri.

##### **2 Nilai – nilai perusahaan :**

###### **a. Bhinneka Tunggal Ika**

Lingkungan kerja yang beragam, penuh toleransi, suportif, dan selalu berkembang.

###### **b. Kecintaan terhadap nasabah**

Mencari tahu kebutuhan para Nasabah dan mengerahkan segala kemampuan demi kenyamanan mereka.

###### **c. Lakukan hal yang benar**

Melakukan apa yang kami ucapkan dengan integritas

###### **d. Berpikir luas**

Tidak ada yang tidak mungkin. Selalu belajar dan bersemangat untuk mencari solusi terbaik.

###### **e. Gotong – royong**

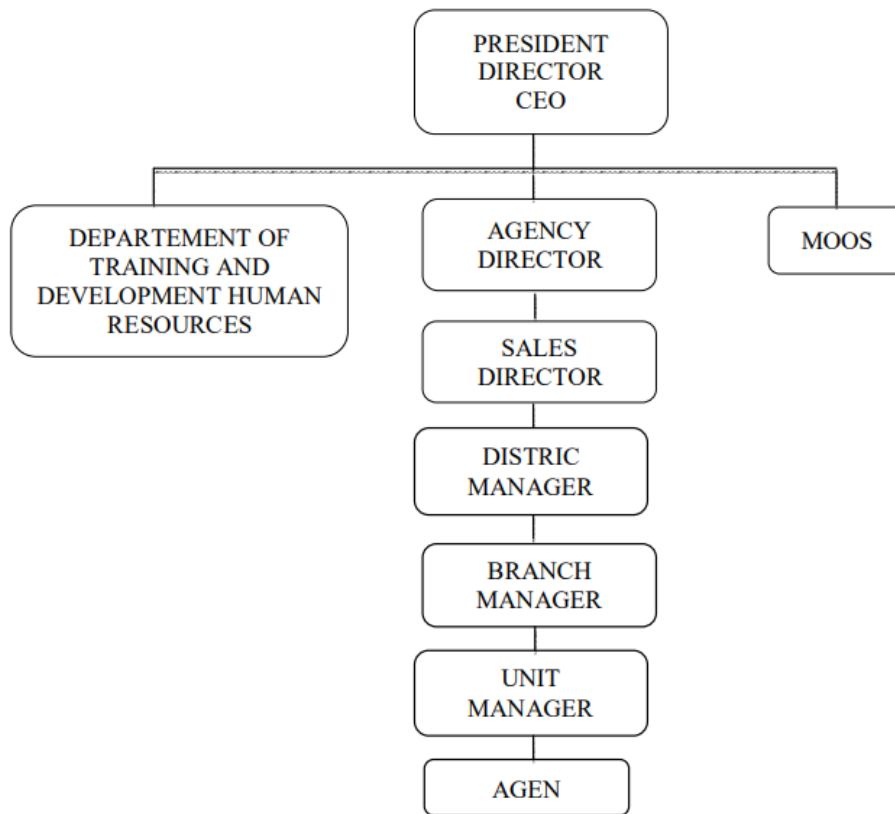
Dengan dikelilingi oleh tim yang luar biasa, senantiasa berkolaborasi satu sama lain demi kesuksesan bersama.

###### **f. Miliki seutuhnya**

Fokus pada hal yang penting, kami mengambil keputusan dan bertindak untuk menciptakan solusi berdasarkan wawasan serta pertimbangan.



### 4.1.3 Struktur Organisasi



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT AJ Manulife Branch Surabaya Sparkling**

### 4.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing – masing yang terdapat dalam struktur organisasi adalah sebagai berikut:

1 *Departement Of Training and Development*

Bertanggung jawab mengenai proses pelatihan serta pengembangan terhadap agen yang baru maupun agen yang sudah lama serta memberikan penjelasan mengenai produk- produk asuransi.

2 *Agency Director*

Bertanggung jawab merencanakan mengontrol dan mengkoordinir agen per Branch.

### 3 *Sales Director*

Bertanggung jawab atas proses pengembangan Distric Manager, mengkoordinir proses penjualan dan pemasaran untuk mencapai target penjualan dan pengembangan pemasaran.

### 4 *District Manager*

Bertanggung jawab atas pengembangan Branch percabang, mengevaluasi setiap hasil produksi branch masing – masing serta membuat branch menjadi meningkat.

### 5 *Branch Manager*

Bertanggung jawab untuk menganalisa dalam proses perekrutan calon agen dan mengembangkan branch serta membuat strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan sesuai dengan target yang ditentukan perusahaan, memonitor perolehan order untuk memastikan kapasitas produksi agen terisi secara optimal dan pencapaian target secara efektif dan efisien.

### 6 *Moos*

Bertanggung jawab dalam proses menganalisis dan mengelolah seluruh informasi yang berkaitan dengan proses New Bussines serta mengelola laporan database dan administrasi nasabah.

## 4.2 Karakteristik Responden

### 4.2.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	11 – 20 Tahun	2 Orang	2,5
2.	21 – 30 Tahun	14 Orang	17,5
3.	31 – 40 Tahun	18 Orang	22,5
4.	41 – 50 Tahun	23 Orang	28,75
5.	51 – 60 Tahun	16 Orang	20
6.	61 – 70 Tahun	4 Orang	5
7.	71 – 80 Tahun	3 Orang	3,75
	Jumlah	80 Orang	100

Sumber data diolah tahun ( 2023 )

Responden berusia 11 - 20 Tahun memiliki persentase sebesar 2,5%, responden berusia 21 - 30 tahun memiliki persentase sebesar 17,5%, responden berusia 31 - 40 Tahun memiliki persentase sebesar 22,5%, responden berusia 41 - 50 tahun memiliki persentase sebesar 28,75%., responden berusia 51 – 60 tahun memiliki persentase sebesar 20%, responden berusia 61 – 70 tahun memiliki persentase sebesar 5%, responden berusia 71 – 80 tahun memiliki persentase sebesar 3,75%.

#### 4.2.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki - Laki	43 Orang	53,75
2.	Perempuan	37 Orang	46,25
	Jumlah	80 Orang	100

Sumber data primer diolah tahun ( 2023 )

Berdasarkan hasil dari data responden yang ada saat ini, responden Laki - Laki memiliki persentase sebesar 53,75 % dan responden Perempuan memiliki persentase sebesar 46, 25%.

#### 4.2.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1.	SMA	47 Orang	58,75
2.	S1	28 Orang	35
3.	S2	5 Orang	6,25
	Jumlah	80 Orang	100

Sumber data primer diolah tahun ( 2023 )

Berdasarkan hasil dari data responden yang ada saat ini, responden dengan pendidikan terakhir tamat SMA memiliki persentase sebesar 58,75 % dan tamat S1 memiliki persentase sebesar 35%, dan tamat S2 sebesar 6,25%.

### 4.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Analisis deskriptif merupakan gambaran data kuesioner mengenai jumlah responden yang memberikan penilaian terhadap pertanyaan yang dibuat. Penelitian dilakukan dengan objek penelitian 80 nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya. Dijelaskan pada definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu Pendidikan (X1), Pendapatan (X2), Usia (X3), dan Keputusan Pembelian (Y) yang dijelaskan sebagai berikut :

#### 4.3.1 Analisis Deskriptif Pendidikan

Terkait dengan jawaban responden dalam kuesioner yang disebarkan tentang variabel pendidikan yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini, berikut merupakan hasil persentase jawaban responden:

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
Keterbukaan							
1	Saya merasa nyaman membuka pikiran terhadap berbagai opsi asuransi yang ada.	58	21	1			80
	Persentase (%)	72,5	26,25	1,25			100
Kritisme							
2	Saya merasa penting untuk mengajukan pertanyaan sebelum membeli produk asuransi.	52	28				80
	Persentase (%)	65	35				100
Kreativitas							
3	Saya percaya bahwa pendekatan kreatif dalam memilih produk asuransi dapat memberikan keuntungan tambahan.	46	32	2			80
	Persentase (%)	57,5	40	2,5			100

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
Partisipasi							
4	Saya percaya bahwa melibatkan diri dalam proses pembelian produk asuransi membantu saya memahami dengan baik apa yang saya butuhkan	40	40				80
	Persentase (%)	50	50				100
Solidaritas							
5	Saya merasa terdorong untuk membeli produk asuransi sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap keluarga.	26	50	4			80
	Persentase (%)	32,5	62,5	5			100
6	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi dapat membantu menciptakan solidaritas dalam rangka menciptakan perlindungan bersama.	29	42	9			80
	Persentase (%)	36,25	52,5	11,25			100

Terkait dengan Berdasarkan hasil kuesioner dari variabel pendidikan (X1) dapat diketahui pernyataan dari variabel pendidikan:

- 1 Dari pernyataan P1 “ Saya merasa nyaman membuka pikiran terhadap berbagai opsi asuransi yang ada.” Diperoleh tanggapan sebanyak 58 responden (72,5%) menyatakan sangat setuju, 21 responden (26,25%) menyatakan setuju, dan 1 responden (1,25%) kurang setuju.

- 2 Dari pernyataan P2 “ Saya merasa penting untuk mengajukan pertanyaan sebelum membeli produk asuransi.” diperoleh tanggapan sebanyak 52 responden (65%) menyatakan sangat setuju dan 28 responden (35%) menyatakan setuju .
- 3 Dari pernyataan P3 “Saya percaya bahwa pendekatan kreatif dalam memilih produk asuransi dapat memberikan keuntungan tambahan.”diperoleh tanggapan sebanyak 46 responden (57,5%) menyatakan sangat setuju, 32 responden (40%)s etuju dan 2 responden (2,5%)menyatakan kurang setuju.
- 4 Dari pernyataan P4 “ Saya percaya bahwa melibatkan diri dalam proses pembelian produk asuransi membantu saya memahami dengan baik apa yang saya butuhkan” Diperoleh tanggapan sebanyak 40 responden(50%) menyatakan sangat setuju dan 40 responden (50%) menyatakan setuju.
- 5 Dari pernyataan P5 “ Saya merasa terdorong untuk membeli produk asuransi sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap keluarga.” diperoleh tanggapan sebanyak 26 responden (32,5%) menyatakan sangat setuju, 50 responden (62,5%) menyatakan setuju dan 4 responden (5%) menyatakan kurang setuju.
- 6 Dari pernyataan P6 “Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi dapat membantu menciptakan solidaritas dalam rangka menciptakan perlindungan bersama.” Diperoleh tanggapan sebanyak 29 responden (36,25%) menyatakan sangat setuju, 42 responden (52,5%) menyatakan setuju, dan 9 responden (11,25%) menaytakan kurang setuju.

### 4.3.2 Analisis Deskriptif Pendapatan

Terkait dengan jawaban responden dalam kuesioner yang disebarkan tentang variabel pendapatan yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini, berikut merupakan hasil persentase jawaban responden:

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
Pendapatan yang diterima perbulan							
1	Saya merasa bahwa penghasilan perbulan memadai untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi.	26	54				80
	Persentase (%)	32,5	67,5				100
2	Saya merasa nyaman dengan kemampuan finansial untuk membayar premi asuransi secara berkala.	20	60				80
	Persentase (%)	25	75				100
Pekerjaan							
3	Saya percaya bahwa pekerjaan saat ini memberikan penghasilan yang cukup untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi.	21	59				80
	Persentase (%)	26,25	73,75				100
Anggaran Biaya Sekolah							
4	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi dapat membantu melindungi masa depan pendidikan keluarga.	17	63				80
	Persentase (%)	21,25	78,75				100

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
Beban Keluarga yang Ditanggung							
5	Saya yakin bahwa dengan memiliki produk asuransi, dapat membantu melindungi keluarga dari risiko finansial akibat beban yang ditanggung.	19	57	4			80
	Persentase (%)	23,75	71,25	5			100
6	Saya merasa tanggungan ekonomi keluarga tidak menghalangi untuk membeli produk asuransi.	21	51	8			80
	Persentase (%)	26,25	63,75	10			100

Terkait dengan Berdasarkan hasil kuesioner dari variabel pendapatan (X2) dapat diketahui pernyataan dari variabel pendidikan:

- 1 Dari pernyataan P7 “ Saya merasa bahwa penghasilan perbulan memadai untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi. Diperoleh tanggapan sebanyak 26 responden (32,5%) menyatakan sangat setuju dan 54 responden (67,5%) menyatakan setuju.
- 2 Dari pernyataan P8 “ Saya merasa nyaman dengan kemampuan finansial untuk membayar premi asuransi secara berkala.” Diperoleh tanggapan sebanyak 20 responden (25%) menyatakan sangat setuju dan 60 responden (75%) menyatakan setuju .
- 3 Dari pernyataan P9 “Saya percaya bahwa pekerjaan saat ini memberikan penghasilan yang cukup untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi.” Diperoleh tanggapan sebanyak 21 responden menyatakan sangat setuju dan 59 responden menyatakan setuju .



- 4 Dari pernyataan P10 “Saya percaya memiliki produk asuransi dapat membantu melindungi masa depan pendidikan keluarga..” Diperoleh tanggapan sebanyak 17 responden menyatakan sangat setuju dan 63 responden menyatakan setuju .
- 5 Dari pernyataan P11 “Saya yakin bahwa dengan memiliki produk asuransi, dapat membantu melindungi keluarga dari risiko finansial akibat beban yang ditanggung.Diperoleh tanggapan sebanyak 19 responden menyatakan sangat setuju, 57 responden menyatakan setuju dan 4 responden menyatakan kurang setuju
- 6 Dari Pernyataan P12 “Saya merasa tanggungan ekonomi keluarga tidak menghalangi untuk membeli produk asuransi.” Diperoleh tanggapan sebanyak 21 responden menyatakan sangat setuju, 51 responden menyatakan setuju, dan 8 responden menyatakan kurang setuju.

#### 4.3.3 Analisis Deskriptif Usia

Terkait dengan jawaban responden dalam kuesioner yang disebarakan tentang variabel usia yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini, berikut merupakan hasil persentase jawaban responden:

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
Anak – anak dibawah umur ( 0 – 17 Tahun)							
1	Saya merasa bahwa sebagai orang tua atau wali, pembelian produk asuransi untuk anak-anak sangat penting.	48	32				80
	Persentase (%)	60	40				100
Masa Pemuda ( 18 – 65 Tahun )							
2	Saya percaya bahwa di usia pemuda, memiliki produk asuransi adalah langkah bijak untuk perlindungan finansial	54	26				
	Persentase (%)	67,5	32,5				

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
Masa Setengah Baya ( 66 – 79 Tahun )							
3	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi pada usia setengah baya dapat membantu mengurangi beban finansial dalam situasi darurat.	57	23				
	Persentase (%)	71,25	28,75				
4	Saya merasa pada usia setengah baya, memiliki produk asuransi tetap relevan untuk melindungi Kesehatan.	51	29				
	Persentase (%)	63,75	36,25				
Orang Tua ( 80 – 99 Tahun )							
5	Saya merasa di usia tua, memiliki produk asuransi adalah salah satu cara untuk memberikan warisan finansial bagi keluarga.	44	36				
	Persentase (%)	55	45				
Orang Tua berusia panjang ( > 100 Tahun )							
6	Saya percaya memiliki produk asuransi di usia sangat lanjut memberikan ketenangan pikiran bagi saya.	42	38				
	Persentase (%)	52,5	47,5				

Terkait dengan Berdasarkan hasil kuesioner dari variabel pendidikan (X1) dapat diketahui pernyataan dari variabel pendidikan:

- 1 Dari pernyataan P13 “ Saya merasa bahwa sebagai orang tua atau wali, pembelian produk asuransi untuk anak-anak sangat penting.” Diperoleh tanggapan sebanyak 48 responden (60%) menyatakan sangat setuju dan 32 responden (40%) menyatakan setuju.
- 2 Dari pernyataan P14 “ Saya percaya bahwa di usia pemuda, memiliki produk asuransi adalah langkah bijak untuk perlindungan finansial.” Diperoleh tanggapan sebanyak 54 responden (67,5%) menyatakan sangat setuju dan 26 responden (32,5%) menyatakan setuju.
- 3 Dari pernyataan P15 “ Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi pada usia setengah baya dapat membantu mengurangi beban finansial dalam situasi darurat.” Diperoleh tanggapan sebanyak 57 responden (71,25%) menyatakan sangat setuju dan 23 responden (28,75%) menyatakan setuju.
- 4 Dari pernyataan P16 “ Saya merasa bahwa pada usia setengah baya, memiliki produk asuransi tetap relevan untuk melindungi kesehatan.” Diperoleh tanggapan sebanyak 51 responden (63,75%) menyatakan sangat setuju dan 29 responden (36,25%) menyatakan setuju.
- 5 Dari pernyataan P17 “ Saya percaya bahwa di usia tua, memiliki produk asuransi adalah salah satu cara untuk memberikan warisan finansial bagi keluarga.” Diperoleh tanggapan sebanyak 44 responden (55%) menyatakan sangat setuju dan 36 responden (45%) menyatakan setuju.
- 6 Dari pernyataan P18 “ Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi di usia sangat lanjut memberikan ketenangan pikiran bagi saya.” Diperoleh tanggapan sebanyak 42 responden (52,5%) menyatakan sangat setuju dan 38 responden (47.5%) menyatakan setuju.

#### 4.3.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian

Terkait dengan jawaban responden dalam kuesioner yang disebarkan tentang variabel keputusan pembelian yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini, berikut merupakan hasil persentase jawaban responden:

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
Sesuai Kebutuhan							
1	Saya merasa bahwa produk asuransi memenuhi kebutuhan perlindungan yang saya butuhkan.	65	15				80
	Persentase (%)	81,25	18,75				100
Mempunyai Manfaat							
2	Saya yakin bahwa produk asuransi memberikan proteksi yang berarti bagi kehidupan saya.	67	13				
	Persentase (%)	83,75	16,25				
3	Saya yakin bahwa membeli produk asuransi memberikan manfaat jangka panjang.	65	15				
	Persentase (%)	81,25	18,75				

NO	INDIKATOR	DISTRIBUSI SKOR					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
Pembelian Berulang							
4	Saya merasa puas dengan transaksi pembelian produk asuransi sebelumnya	63	17				
	Persentase (%)	78,75	21,25				
5	Saya merencanakan untuk membeli produk asuransi lagi di masa depan	52	24	4			
	Persentase (%)	65	30	5			
Ketepatan Dalam Membeli Produk							
6	Saya merasa bahwa keputusan membeli produk asuransi sesuai dengan kebutuhan finansial saya	58	22				
	Persentase (%)	72,5	27,5				
7	Saya merasa bahwa memiliki produk asuransi dengan harga yang sesuai adalah langkah bijak dalam merencanakan keuangan.	43	37				
	Persentase (%)	53,75	46,25				

Terkait dengan Berdasarkan hasil kuesioner dari variabel pendidikan (X1) dapat diketahui pernyataan dari variabel pendidikan:

- 1 Dari pernyataan P19 “ Saya merasa bahwa produk asuransi memenuhi kebutuhan perlindungan yang saya butuhkan.Diperoleh tanggapan sebanyak 65esponden menyatakan sangat setuju dan 15 responden menyatakan setuju.
- 2 Dari pernyataan P20 “ Saya yakin bahwa produk asuransi memberikan proteksi yang berarti bagi kehidupan saya.Diperoleh tanggapan sebanyak 67 responden menyatakan sangat setuju dan 13 responden menyatakan setuju.
- 3 Dari pernyataan P21 “ Saya yakin bahwa membeli produk asuransi memberikan manfaat jangka panjang.Diperoleh tanggapan sebanyak 65 rsponden menyatakan sangat setuju dan 15 responden menyatakan setuju.
- 4 Dari pernyataan P22 “ Saya merasa puas dengan transaksi pembelian produk asuransi sebelumnya“ Diperoleh tanggapan sebanyak 63 responden menyatakan sangat setuju dan 17 responden menyatakan setuju.
- 5 Dari pernyataan P23 “ Saya merencanakan untuk membeli produk asuransi lagi di masa depan” Diperoleh tanggapan sebanyak 52 responden menyatakan sangat setuju, 24 responden menyatakan setuju, dan 4 responden menyatakan kurang setuju.
- 6 Dari pernyataan P24“ Saya merasa bahwa keputusan membeli produk asuransi sesuai dengan kebutuhan finansial saya” Diperoleh tanggapan sebanyak 58 responden menyatakan sangat setuju dan 22 responden menyatakan setuju.
- 7 Dari pernyataan P25 “Saya merasa bahwa memiliki produk asuransi dengan harga yang sesuai adalah langkah bijak dalam merencanakan keuangan.” Diperoleh tanggapan sebanyak 43 responden (53,75%) menyatakan sangat setuju dan 37 responeden (46,25%) menayakan setuju.

#### 4.4 Uji Persyaratan Analisis

##### 4.4.1 Uji Validitas

Sesuai dengan yang penjelasan yang diberikan oleh Sugiyono bahwa uji validitas adalah data yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya dari suatu hasil kuesioner. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika terjadi kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas diukur menggunakan aplikasi SPSS. Data bisa dibilang valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pendidikan**

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pendidikan	1	0,375	0,2199	Valid
	2	0,729	0,2199	Valid
	3	0,821	0,2199	Valid
	4	0,759	0,2199	Valid
	5	0,570	0,2199	Valid
	6	0,608	0,2199	Valid

Sumber data diolah dengan menggunakan SPSS versi 29

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan**

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pendapatan	1	0,797	0,2199	Valid
	2	0,691	0,2199	Valid
	3	0,821	0,2199	Valid
	4	0,706	0,2199	Valid
	5	0,712	0,2199	Valid
	6	0,777	0,2199	Valid

Sumber data diolah dengan menggunakan SPSS versi 29

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Usia**

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Usia	1	0,404	0,2199	Valid
	2	0,614	0,2199	Valid
	3	0,741	0,2199	Valid
	4	0,730	0,2199	Valid
	5	0,648	0,2199	Valid
	6	0,595	0,2199	Valid

Sumber data diolah dengan menggunakan SPSS

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian	1	0,596	0,2199	Valid
	2	0,786	0,2199	Valid
	3	0,730	0,2199	Valid
	4	0,732	0,2199	Valid
	5	0,711	0,2199	Valid
	6	0,547	0,2199	Valid
	7	0,303	0,2199	Valid

Sumber data diolah dengan menggunakan SPSS versi 29

#### 4.4.1 Uji Reliabilitas

Sesuai dengan yang penjelasan yang diberikan oleh Priyatno bahwa uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang menggunakan kuesioner. Ghazali menjelaskan (2018) uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan aplikasi olah data SPSS, yaitu dengan uji statistik Cronbanch Alpha. Hasil akan konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbanch Alpha  $> 0.60$



Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Pendidikan

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach Alpha</i></b>	<b>Syarat</b>	<b>Keterangan</b>
Pendidikan	0,713	0,60	Reliabel
Pendapatan	0,842	0,60	Reliabel
Usia	0,680	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,723	0,60	Reliabel

Sumber data diolah dengan menggunakan SPSS versi 29

Dari hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan bahwa didapat variabel Pendidikan dengan nilai Cronbach Alpha sebesar  $0,713 > 0,60$  maka variabel Pendidikan dinyatakan reliabel. Variabel Pendapatan dengan nilai Cronbach Alpha sebesar  $0,842 > 0,60$ , maka variabel Pendapatan dinyatakan reliabel. Variabel Usia dengan nilai Cronbach Alpha sebesar  $0,680 > 0,60$  maka variabel Usia dinyatakan reliabel. Variabel Keputusan Pembelian dengan nilai Cronbach Alpha sebesar  $0,723 > 0,60$  maka variabel Keputusan Pembelian dinyatakan reliabel. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Pendidikan, Pendapatan, Usia, dan Keputusan Pembelian dinyatakan memenuhi syarat atau reliabel dalam uji reliabilitas.

## 4.5 Uji Asumsi Klasik

### 4.5.1 Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		80	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.29899695	
Most Extreme Differences	Absolute	.060	
	Positive	.049	
	Negative	-.060	
Test Statistic		.060	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.679	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.666
		Upper Bound	.691

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1993510611.

**Gambar 4.2 Hasil Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test***

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 29 dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov - Smirnov Test signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$  dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal.

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas melibatkan pengukuran besarnya menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL). TOL dapat mengukur seberapa jauh variabel independen saling berkorelasi. Uji multikolinieritas menguji korelasi model regresi antara Pendidikan (X1), Pendapatan (X2), dan Usia (X3). Ketika  $TOL < 0,1$  atau  $VIF > 0,1$  ada beberapa kolinieritas. Tidak ada multikolinieritas jika  $TOL > 0,1$  dan  $VIF < 10$ .

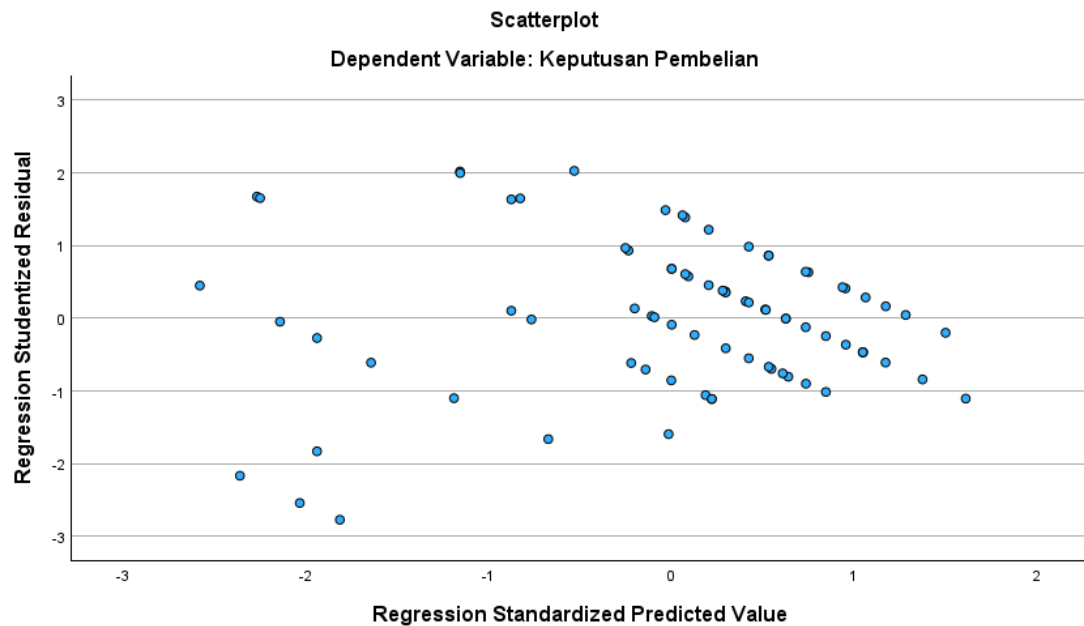
Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.071	3.190		1.276	.206		
	Pendidikan	.313	.074	.336	4.224	<.001	.944	1.059
	Pendapatan	.156	.070	.173	2.224	.029	.986	1.015
	Usia	.601	.085	.562	7.118	<.001	.956	1.046

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Gambar 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas**

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang sudah dilakukan, harga resistansi lebih penting dari 0,1 dan VIF di bawah 10. Maka dengan ini, tidak ada faktor multikolinieritas antara faktor otonom dalam indeks informasi ini.

### 4.5.3 Uji Heteroskedasitas



**Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan SPSS Versi 29**

Berdasarkan dari hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 29, menunjukkan seluruh nilai signifikan berada diatas 0,05 , dapat disimpulkan bahwa hasil data dari pengujian tersebut bebas dari gejala heteroskedastisitas.

### 4.5.4 Uji Linieritas

**Tabel 4.9 Hasil Uji Linieritas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Deviation From Linearity</i></b>	<b>Sig</b>	<b>Kesimpulan</b>
Pendidikan	0,167	0,05	Linear
Pendapatan	0,671	0,05	Linear
Usia	0,364	0,05	Linear

Sumber data primer diolah dengan menggunakan SPSS versi 29

Dari hasil linieritas yang sudah dilakukan menggunakan SPSS, bahwa nilai sig. Deviation From Linearity > 0,05, sehingga disimpulkan bahwa Pendidikan (X1), Pendapatan (X2), Usia (X3) semuanya terdapat hubungan linear dengan Keputusan Pembelian (Y).

#### 4.5.5 Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.071	3.190		1.276	.206
	Pendidikan	.313	.074	.336	4.224	<.001
	Pendapatan	.156	.070	.173	2.224	.029
	Usia	.601	.085	.562	7.118	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Gambar 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan SPSS Versi 29**

Berdasarkan dari hasil uji regresi linear berganda yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 29, maka persamaan yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,071 + 0,313X_1 + 0,156X_2 + 0,601X_3 + e$$

Y = Variabel Terikat

$\alpha$  = Konstanta

B1, B2, B3 = Koefisien Regresi

X1 = Pendidikan

X2 = Pendapatan

X3 = Usia

e = Variabel error atau pengganggu

Dari hasil persamaan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Apabila nilai variabel yang terdiri atas Pendidikan, pendapatan dan usia memiliki nilai nol, maka variabel keputusan pembelian akan tetap sebesar 4,071 , karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 4,071
2. Koefisien regresi variabel pendidikan (X1) sebesar 0,313, menunjukkan bahwa variabel pendidikan mempunyai hubungan positif dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pendidikan (X1) sebesar 1 kali maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,313 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien regresi pendapatan (X2) sebesar 0,156, menunjukkan bahwa variabel pendapatan mempunyai hubungan positif dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pendapatan (X2) sebesar 1 kali maka Keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,156 dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Koefisien regresi variabel usia (X3) sebesar 0,601, menunjukkan bahwa variabel usia mempunyai hubungan positif dengan kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan usia (X3) sebesar 1 kali maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,643 dengan asumsi variabel lain konstan.

## 4.6 Uji Hipotesis

### 4.6.1 Uji T

Uji T menunjukkan bahwa seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual menjelaskan variabel dependen. Uji t test digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan signifikansi  $\alpha = 0,05$  berdasarkan pernyataan dari Ghozali (2018) agar dapat dilihat pengaruhnya. Dengan menggunakan syarat sebagai berikut :

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang berarti secara parsial variabel gaya kepemimpinan, motivasi dan disiplin kerja tidak memberikan pengaruh yang signifikan dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hasilnya signifikan.
2.  $T_{tabel} = \alpha/2 ; n - k - 1$

Keterangan :

$$\alpha = 0,05 / 5\%$$

$n$  = jumlah responden

$k$  = jumlah variabel bebas

$$\text{maka } t_{tabel} = 0,025; 80 - 3 - 1 = 0,025 ; 76$$

$$= 1,99167$$

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.071	3.190		1.276	.206
	Pendidikan	.313	.074	.336	4.224	<,001
	Pendapatan	.156	.070	.173	2.224	.029
	Usia	.601	.085	.562	7.118	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Gambar 4.6 Hasil Uji T (Parsial) dengan SPSS Versi 29**

Perumusan hipotesis Uji T

1. Variabel Pendidikan (  $X_1$  )

$H_0$  = Variabel Pendidikan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya.

H1 = Variabel Pendidikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya.

Dari hasil uji yang dilakukan, besar t hitung sebesar 4,224 dengan tingkat signifikansi 0,001.  $4,224 > 1,99167$  dan  $0,001 < 0,05$  disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima.

## 2. Variabel Pendapatan ( X2 )

H0 = Variabel Pendapatan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya.

H2 = Variabel Pendapatann berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya. Dari hasil uji yang dilakukan, besar t hitung sebesar 2,224 dengan tingkat signifikansi 0,029.  $2,224 > 1,99167$  dan  $0,029 < 0,05$  disimpulkan H0 ditolak dan H2 diterima.

## 3. Variabel Usia ( X3 )

H0 = Variabel Usia tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya.

H3 = Variabel Usia berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya.

Dari hasil uji yang dilakukan, besar t hitung sebesar 7,118 dengan tingkat signifikansi 0,001.  $7,118 > 1,99167$  dan  $0,001 < 0,05$  disimpulkan H0 ditolak dan H3 diterima.



#### 4.6.2 Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	160.683	3	53.561	30.537	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	133.304	76	1.754		
	Total	293.988	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Usia, Pendapatan, Pendidikan

**Gambar 4.7 Hasil Uji F ( Simultan ) dengan SPSS Versi 29**

Uji F ( simultan ) menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Pendidikan (X1), Pendapatan (X2), dan Usia (X3) berpengaruh secara nyata terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Jika nilai signifikansi uji F  $\text{sig} < 0,05$  atau  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka ada pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Perumusan uji hipotesis untuk uji F (simultan) :

1.  $H_0$  = tidak ada pengaruh secara simultan dengan variabel Pendidikan (X1), Pendapatan (X2), dan Usia (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya.  
 $H_1$  = ada pengaruh secara simultan antara variabel Pendidikan (X1), Pendapatan ( X2) dan Usia (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya
2.  $F \text{ tabel} = k; n - k$

Keterangan :

K = jumlah variabel bebas

N = jumlah responden

Maka  $F \text{ tabel} = 3; 80 - 3$

$$= 3; 77$$

$$= 2,723$$

Dari hasil uji F (simultan) yang dilakukan dengan menggunakan SPSS, uji F atau ANOVA didapat F hitung sebesar 30,573 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Karena F hitung  $>$  F tabel,  $30,573 > 2,723$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  maka menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas Pendidikan (X1), Pendapatan (X2), dan Usia berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya.

#### 4.6.3 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 <sup>a</sup>	.547	.529	1.32439

a. Predictors: (Constant), Usia, Pendapatan, Pendidikan

**Gambar 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi dengan SPSS Versi 29**

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dilakukan dengan tujuan untuk melihat besarnya pengaruh Pendidikan (X1), Pendapatan (X2), dan Usia berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Nasabah PT AJ Manulife Branch Sparkling Surabaya. Seperti yang terlihat pada uji yang telah dilakukan menggunakan SPSS, diperoleh nilai Adjusted R Square = 0,529 atau 52,9%. Sisanya sebesar 0,471 atau 47,1% yang berarti bahwa variabel Pendidikan (X1), Pendapatan (X2), dan Usia (X3) memiliki kontribusi terhadap variabel Keputusan Pembelian dan sisa sebesar 47,1% terhubung pada variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## 4.7 Pembahasan

### 1. Pengaruh Pendidikan terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya

H1 dalam penelitian ini adalah pengaruh pendidikan terhadap keputusan pembelian nasabah. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh pendidikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji hipotesis dengan melakukan Uji T (Parsial) untuk variable pendidikan dengan nilai t hitung sebesar  $4,224 > 1,99167$  dan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  yang berarti faktor pendidikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya. Dengan ini H1 diterima dan H0 ditolak. Tingkat pendidikan seorang nasabah sering memiliki kaitan dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya, dengan pengetahuan nasabah yang lebih maka hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini disebabkan karena saat seorang nasabah memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan.

### 2. Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya

H2 dalam penelitian ini adalah pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian nasabah. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji hipotesis dengan melakukan Uji T (Parsial) untuk variable pendapatan dengan nilai t hitung sebesar  $2,224 > 1,99167$  dan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,029 < 0,05$  yang berarti faktor pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya. Dengan ini H2 diterima dan H0 ditolak. Pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasabah karena hal ini merupakan besarnya tingkat penghasilan yang diterima

oleh konsumen atas pekerjaan yang dimiliki. Pendapatan didefinisikan sebagai sejumlah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lainnya dalam bentuk gaji, upah. Sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba (keuntungan) dalam kamus manajemen. Artinya, konsumen dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi lebih memiliki kesanggupan untuk membayar premi asuransi setiap bulan atau tahunnya dibandingkan dengan konsumen dengan pendapatan lebih rendah.

### **3. Pengaruh Usia terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya**

H3 dalam penelitian ini adalah pengaruh usia terhadap keputusan pembelian nasabah. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh usia terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji hipotesis dengan melakukan Uji T (Parsial) untuk variable usia dengan nilai t hitung sebesar  $7,118 > 1,99167$  dan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  yang berarti factor usia berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya. Dengan ini H3 diterima dan H0 ditolak. Dengan semakin bertambahnya usia otomatis akan berpengaruh terhadap keputusan membeli asuransi seiring dengan bertambahnya usia dengan dibekali dengan ilmu maka seseorang akan berfikir bagaimana cara untuk mengurangi risiko. Semakin tua usia seseorang maka umumnya memiliki tanggungan keluarga semakin banyak dan semakin besar kemungkinan mengalami musibah seperti kecelakaan atau sakit yang dapat menyebabkan meninggal dunia. Dengan mengambil keputusan membeli asuransi maka seseorang akan merasa aman dalam menghadapi berbagai risiko yang tidak diinginkan.

#### **4. Pengaruh Pendidikan, Pendapatan, dan Usia terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya**

H4 dalam penelitian ini adalah pengaruh variable secara simultan yaitu pendidikan, pendapatan, dan usia terhadap keputusan pembelian nasabah. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Uji F sebesar  $30,573 > 2,723$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa pendidikan, pendapatan, dan usia berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Surabaya Sparkling. Penelitian yang dilakukan uji koefisien determinasi dengan nilai adjusted square sebesar 0,529 atau 52,9% dan sisanya sebesar 0,471 atau 47,1% yang terhubung pada variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis oleh peneliti dengan metode kuantitatif dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya yang dinyatakan dengan nilai sig sebesar  $0,001 < 0,05$  dan dengan nilai t hitung sebesar  $4,224 > 1,99167$  t tabel.
2. Variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya yang dinyatakan dengan nilai sig sebesar  $0,029 < 0,05$  dan dengan nilai t hitung sebesar  $2,224 > 1,99167$  t tabel.
3. Variabel Usia berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya yang dinyatakan dengan nilai sig sebesar  $0,001 < 0,05$  dan dengan nilai t hitung sebesar  $7,118 > 1,99167$  t tabel.
4. Terdapat interaksi signifikan antara pendidikan, pendapatan, dan usia terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indoensia Branch Sparkling Surabaya. Variabel ini ssecara bersama – sama memengaruhi keputusan pembelian. Dengan dinyatakan dalam Uji F senilai  $30,573 > 2,723$  dan uji koefisien determinasi dengan nilai *Adjusted Sqquare* 0,529 atau 52,9 % yang berarti bahwa pendidikan, pendapatan, dan usia memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian nasabah PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan dianalisis oleh penulis dengan metode kuantitatif, maka penulis dapat memberikan usulan sebagai berikut :

1. Dari hasil koefisien determinasi ditemukan sisa nilai sebesar 47,1 % yaitu variable yang tidak diteliti dalam penulisan skripsi ini untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variable seperti variabel harga, kepercayaan merek, kualitas produk, promosi, dan kesehatan nasabah.
2. Untuk PT AJ Manulife Indonesia Branch Sparkling Surabaya untuk terus meningkatkan pengetahuan nasabah terhadap produk dan memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan tingkat pendapatan dan usia nasabah sehingga dapat meningkatkan keputusan nasabah dalam membeli produk di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Najah. 2016. *Pengaruh Pendapatan, Pendidikan, dan Kesehatan Terhadap Pengambilan Keputusan Berasuransi (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Surya Kapasan Kota Surabaya)*. Jurnal Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Agustin, A. N. 2020. *Pengaruh Faktor Usia, Tingkat Pendapatan dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa dengan Niat Sebagai Variabel Mediasi*. Surabaya: STIE Perbanas Surabaya.
- Agustini, N. K. 2017. *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MEMBELI DI ONLINE SHOP MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN TAHUN 2012*. Singaraja: JPEU
- Cuandra, F., & Liani, V. 2019. *Analisis Pengaruh Faktor Demografi, Financial Literacy, dan Saving Motives Terhadap Permintaan Asuransi Jiwa Unit-Link Di kota Batam*. Jakarta: JIBPU
- Fautngiljanan, V. V., Soegoto, A. S., & Uhing, Y. 2014. *Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Asuransi Prudential di Kota Manado*. Manado: EMBA
- Hadiwigeno, Soetatwo dan Farid Wijaya. 1995. *Lembaga-lembaga Keuangan dan Bank. Perkembangan Teori dan Kebijakan*. Yogyakarta: BPFE
- Hermawati, Sri. 2013. *Pengaruh Gender, Tingkat Pendidikan dan Usia Terhadap Kesadaran Berasuransi Pada Masyarakat Indonesia*. Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko, Vol.1.(1).
- Husein Umar. 2012. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta : Rajawali.
- Kurniawan, Albert. 2014. *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Kusmiran, Ilyas Husti, Nurhadi. 2022. *Pendidikan Formal, Non Formal dan Informal dalam Desain Hadits Tarbawi*. Riau: Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia
- Pemerintah Indonesia. 1992. Undang – undang no 2 tahun 1992 tentang asuransi jiwa



- Prastyorini, J., Widyawati, N., & Jannata, S. M. (2022). *Analisis Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pada PT. Perkebunan Nusantara XI*. Jurnal Kompetensi Social Science, 34 - 44.
- Prihantoro, Imam Basuki, Kasir Iskandar. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Ekonomi dan Demografi Terhadap Fungsi Permintaan Asuransi Jiwa Indonesia*. AAMAI Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Prof. Dr. Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Putra, A. A. 2016. *PERANAN SEKTOR JASA KEUANGAN DAN ASURANSI DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA*. Riau: Jurnal Ekonomi
- Siregar, N. A. 2021. *Pengaruh Sikap Keuangan dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kecamatan Medan Timur*. Medan : UMSU
- Sudrajat, A., & Hambali, R. Y. 2021, Mei. *ANALISIS FILSAFAT PAULO FREIRE TERHADAP SISTEM PENDIDIKAN INDONESIA*. Jurnal Perspektif, 5, 14 - 32.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## Lampiran 1 Permohonan Ijin Penelitian Skripsi



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN  
**STIAMAK BARUNAWATI**  
Jl. Perak Barat 173 Surabaya  
Website : [www.stiamak.ac.id](http://www.stiamak.ac.id)

Telp. (031) 3291096  
E-mail : [info@stiamak.ac.id](mailto:info@stiamak.ac.id)

Nomor : SKL / 218 / STIAMAK / VIII / 2023  
Klasifikasi : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan ijin penelitian Skripsi

Surabaya, 22 Agustus 2023

Yth. CAO Region 2  
PT. AJ Manulife Indonesia  
di

### SURABAYA

1. Sehubungan dengan Kalender Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya Tahun 2022/2023, dan dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya, untuk kepentingan dimaksud STIAMAK Barunawati menugaskan para mahasiswa Semester akhir untuk melaksanakan penelitian dan menyusun laporan Tugas Akhir/Skripsi.
2. Tersebut butir 1 di atas, bersama ini mohon perkenan Bapak/Ibu memberikan ijin kepada mahasiswa kami, atas nama:
  - a. Nama : Jason Putra Pratama
  - b. NIM : 19110044

Untuk melaksanakan Penelitian di perusahaan PT. AJ Manulife Indonesia yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun jadwal pelaksanaan penelitian mahasiswa kami dapat menyesuaikan kesiapan Perusahaan.

3. Demikian atas perhatian dan persetujuannya kami mengucapkan terima kasih.

STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA  
KETUA

Dr. Ir. SUMARZEN MARZUKI, M.MT  
NIDK: 8891880018

## Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

		Correlations						
		x.1.1	x.1.2	x.1.3	x.1.4	x.1.5	x.1.6	TotalX1
x.1.1	Pearson Correlation	1	.216	.174	.130	.015	.030	.375**
	Sig. (2-tailed)		.054	.122	.249	.892	.789	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.1.2	Pearson Correlation	.216	1	.596**	.524**	.273*	.286*	.729**
	Sig. (2-tailed)	.054		<.001	<.001	.014	.010	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.1.3	Pearson Correlation	.174	.596**	1	.688**	.415**	.321**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.122	<.001		<.001	<.001	.004	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.1.4	Pearson Correlation	.130	.524**	.688**	1	.274*	.350**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.249	<.001	<.001		.014	.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.1.5	Pearson Correlation	.015	.273*	.415**	.274*	1	.196	.570**
	Sig. (2-tailed)	.892	.014	<.001	.014		.082	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
x.1.6	Pearson Correlation	.030	.286*	.321**	.350**	.196	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.789	.010	.004	.001	.082		<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
TotalX1	Pearson Correlation	.375**	.729**	.821**	.759**	.570**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	80	80	80	80	80	80	80

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	6

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations						
		X.2.1	X.2.2	X.2.3	X.2.4	X.2.5	X.2.6	TotalX2
X.2.1	Pearson Correlation	1	.586**	.557**	.357**	.538**	.542**	.797**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.2.2	Pearson Correlation	.586**	1	.574**	.335**	.302**	.386**	.691**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.002	.007	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.2.3	Pearson Correlation	.557**	.574**	1	.662**	.456**	.519**	.821**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.2.4	Pearson Correlation	.357**	.335**	.662**	1	.414**	.487**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.2.5	Pearson Correlation	.538**	.302**	.456**	.414**	1	.453**	.712**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.007	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.2.6	Pearson Correlation	.542**	.386**	.519**	.487**	.453**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
TotalX2	Pearson Correlation	.797**	.691**	.821**	.706**	.712**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	80	80	80	80	80	80	80

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.842	6

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		X.3.1	X.3.2	X.3.3	X.3.4	X.3.5	X.3.6	TotalX3
X.3.1	Pearson Correlation	1	.360**	.271*	.021	-.072	-.061	.404**
	Sig. (2-tailed)		.001	.015	.852	.527	.589	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.3.2	Pearson Correlation	.360**	1	.503**	.254*	.123	.088	.614**
	Sig. (2-tailed)	.001		<.001	.023	.276	.437	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.3.3	Pearson Correlation	.271*	.503**	1	.440**	.258*	.336**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.015	<.001		<.001	.021	.002	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.3.4	Pearson Correlation	.021	.254*	.440**	1	.625**	.376**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.852	.023	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.3.5	Pearson Correlation	-.072	.123	.258*	.625**	1	.448**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.527	.276	.021	<.001		<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
X.3.6	Pearson Correlation	-.061	.088	.336**	.376**	.448**	1	.595**
	Sig. (2-tailed)	.589	.437	.002	<.001	<.001		<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80
TotalX3	Pearson Correlation	.404**	.614**	.741**	.730**	.648**	.595**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	80	80	80	80	80	80	80

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.680	6

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Correlations**

		Y.1.1	Y.1.2	Y.1.3	Y.1.4	Y.1.5	Y.1.6	Y.1.7	TotalY1
Y.1.1	Pearson Correlation	1	.570**	.508**	.455**	.220	-.009	.068	.596**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.050	.937	.547	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.1.2	Pearson Correlation	.570**	1	.830**	.682**	.395**	.184	-.001	.786**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	.102	.994	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.1.3	Pearson Correlation	.508**	.830**	1	.612**	.330**	.134	.004	.730**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	.003	.234	.972	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.1.4	Pearson Correlation	.455**	.682**	.612**	1	.430**	.228*	-.053	.732**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	.042	.641	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.1.5	Pearson Correlation	.220	.395**	.330**	.430**	1	.538**	.009	.711**
	Sig. (2-tailed)	.050	<.001	.003	<.001		<.001	.940	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.1.6	Pearson Correlation	-.009	.184	.134	.228*	.538**	1	.159	.547**
	Sig. (2-tailed)	.937	.102	.234	.042	<.001		.160	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.1.7	Pearson Correlation	.068	-.001	.004	-.053	.009	.159	1	.303**
	Sig. (2-tailed)	.547	.994	.972	.641	.940	.160		.006
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
TotalY1	Pearson Correlation	.596**	.786**	.730**	.732**	.711**	.547**	.303**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.006	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80

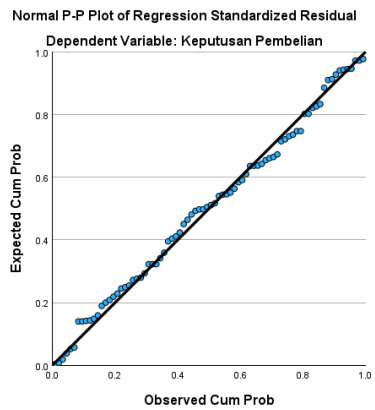
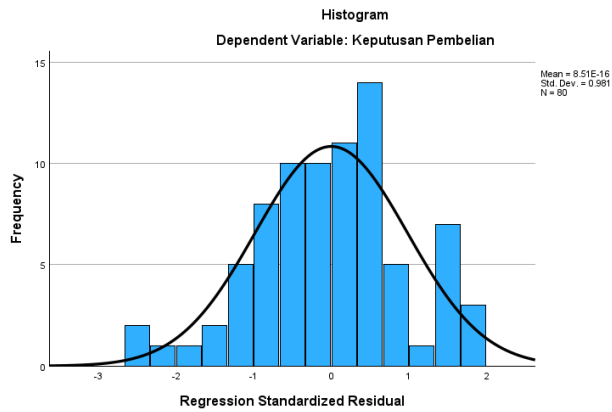
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	7

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas



### Lampiran 4 Hasil Uji Linieritas

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Pendidikan	Between Groups	(Combined)	95.389	8	11.924	4.263	<.,001
		Linearity	65.166	1	65.166	23.297	<.,001
		Deviation from Linearity	30.223	7	4.318	1.544	.167
	Within Groups	198.599	71	2.797			
Total			293.988	79			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Pendapatan	Between Groups	(Combined)	23.958	6	3.993	1.079	.383
		Linearity	12.139	1	12.139	3.282	.074
		Deviation from Linearity	11.819	5	2.364	.639	.671
	Within Groups	270.030	73	3.699			
Total			293.987	79			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Usia	Between Groups	(Combined)	128.681	6	21.447	9.471	<.,001
		Linearity	116.142	1	116.142	51.289	<.,001
		Deviation from Linearity	12.539	5	2.508	1.107	.364
	Within Groups	165.307	73	2.264			
Total			293.988	79			

## Lampiran 5 Lembar Kuesioner Penelitian

### Kuesioner Penelitian

#### Analisis Pengaruh Pendidikan, Pendapatan, dan Usia Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Branch Surabaya Sparkling

Surabaya, 08 Agustus 2023

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh Strata1 (S-1) pada Program Studi Administrasi Bisnis pada STIAMAK Barunawati Surabaya, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Pengaruh Pendidikan, Pendapatan, dan Usia Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Branch Surabaya Sparkling**". Besar harapan peneliti atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan cara mengisi kuesioner ini secara lengkap sesuai dengan keadaan sebenarnya Bapak/Ibu/Saudara/Saudari mengingat kualitas penelitian ini bergantung pada jawaban Bapak/Ibu/Saudara/Saudari berikan, maka dimohon menjawab kuesioner sesuai yang dialami dan dirasakan. Sesuai dengan kode etik penelitian, semua data masuk akan dijamin kerahasiaannya. **Perlu diketahui bahwa kuesioner ini semata-mata untuk kepentingan akademik maka dari itu untuk menjaga identitas nasabah, tidak diperlukan pemberian nama.**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jason Putra Pratama  
NIM : 19110044  
Status : Mahasiswa Strata 1 (S-1) Administrasi Bisnis  
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Administrasi Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya

Kesediaan Bapak/Ibu/ Saudara/Saudari dalam mengisi kuesioner ini merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya. Atas segala bantuan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dalam pengisian kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Jason Putra P

## 2. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist ( ✓ ) pada jawaban yang anda pilih.

Apabila res

Kriteria penilaian sebagai berikut :

NO	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	SS
2.	Setuju	S
3.	Kurang Setuju	KS
4.	Tidak Setuju	TS
5.	Sangat Tidak Setuju	STS

Pendidikan (X1)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Keterbukaan</b>					
	Saya merasa nyaman membuka pikiran terhadap berbagai opsi asuransi yang ada.		✓			
B.	<b>Kritisme</b>					
	Saya merasa penting untuk mengajukan pertanyaan sebelum membeli produk asuransi.	✓				
C.	<b>Kreativitas</b>					
	Saya percaya bahwa pendekatan kreatif dalam memilih produk asuransi dapat memberikan keuntungan tambahan.	✓				
D.	<b>Partisipasi</b>					
	Saya percaya bahwa melibatkan diri dalam proses pembelian produk asuransi membantu saya memahami dengan baik apa yang saya butuhkan.	✓				
E.	<b>Solidaritas</b>					
	Saya merasa terdorong untuk membeli produk asuransi sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap keluarga.	✓				
	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi dapat membantu menciptakan solidaritas dalam rangka menciptakan perlindungan bersama.		✓			



## Pendapatan (X2)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Pendapatan yang diterima perbulan</b>					
	Saya merasa bahwa penghasilan perbulan memadai untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi.	✓				
	Saya merasa nyaman dengan kemampuan finansial untuk membayar premi asuransi secara berkala.	✓				
B.	<b>Pekerjaan</b>					
	Saya percaya bahwa pekerjaan saat ini memberikan penghasilan yang cukup untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi.	✓				
C.	<b>Anggaran Biaya Sekolah</b>					
	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi dapat membantu melindungi masa depan pendidikan keluarga .		✓			
D.	<b>Beban Keluarga yang Ditanggung</b>					
	Saya yakin bahwa dengan memiliki produk asuransi, saya dapat membantu melindungi keluarga dari risiko finansial akibat beban yang ditanggung.	✓				
	Saya merasa tanggungan ekonomi keluarga tidak menghalangi untuk membeli produk asuransi.	✓				

Usia (X3)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Anak – anak dibawah umur ( 0 – 17 Tahun )</b>					
	Saya merasa bahwa sebagai orang tua atau wali, pembelian produk asuransi untuk anak-anak sangat penting.	✓				
B.	<b>Masa Pemuda ( 18 – 65 Tahun )</b>					
	Saya percaya bahwa di usia pemuda, memiliki produk asuransi adalah langkah bijak untuk perlindungan finansial.	✓				
C.	<b>Masa Setengah Baya ( 66 -79 Tahun )</b>					
	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi pada usia setengah baya dapat membantu mengurangi beban finansial dalam situasi darurat.	✓				
	Saya merasa pada usia setengah baya, memiliki produk asuransi tetap relevan untuk melindungi Kesehatan.		✓			
D.	<b>Orang Tua ( 80 – 99 Tahun )</b>					
	Saya merasa di usia tua, memiliki produk asuransi adalah salah satu cara untuk memberikan warisan finansial bagi keluarga.		✓			
E.	<b>Orang Tua berusia panjang ( &gt; 100 Tahun )</b>					
	Saya percaya memiliki produk asuransi di usia sangat lanjut memberikan ketenangan pikiran bagi saya.	✓				

Keputusan Pembelian (Y)		Distribusi Skor				
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Sesuai Kebutuhan</b>					
	Saya merasa bahwa produk asuransi memenuhi kebutuhan perlindungan yang saya butuhkan.	✓				
B.	<b>Mempunyai Manfaat</b>					
	Saya yakin bahwa produk asuransi memberikan proteksi yang berarti bagi kehidupan saya.	✓				
	Saya yakin bahwa membeli produk asuransi memberikan manfaat jangka panjang.	✓				
C.	<b>Pembelian Berulang</b>					
	Saya merasa puas dengan transaksi pembelian produk asuransi sebelumnya	✓				
	Saya merencanakan untuk membeli produk asuransi lagi di masa depan.	✓				
D.	<b>Ketepatan dalam membeli produk</b>					
	Saya merasa bahwa keputusan membeli produk asuransi sesuai dengan kebutuhan finansial saya.	✓				
	Saya merasa bahwa memiliki produk asuransi dengan harga yang sesuai adalah langkah bijak dalam merencanakan keuangan.	✓				

## 2. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist ( ✓ ) pada jawaban yang anda pilih.

Apabila res

Kriteria penilaian sebagai berikut :

NO	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	SS
2.	Setuju	S
3.	Kurang Setuju	KS
4.	Tidak Setuju	TS
5.	Sangat Tidak Setuju	STS

Pendidikan (X1)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Keterbukaan</b>					
	Saya merasa nyaman membuka pikiran terhadap berbagai opsi asuransi yang ada.		✓			
B.	<b>Kritisisme</b>					
	Saya merasa penting untuk mengajukan pertanyaan sebelum membeli produk asuransi.	✓				
C.	<b>Kreativitas</b>					
	Saya percaya bahwa pendekatan kreatif dalam memilih produk asuransi dapat memberikan keuntungan tambahan.	✓				
D.	<b>Partisipasi</b>					
	Saya percaya bahwa melibatkan diri dalam proses pembelian produk asuransi membantu saya memahami dengan baik apa yang saya butuhkan.	✓				
E.	<b>Solidaritas</b>					
	Saya merasa terdorong untuk membeli produk asuransi sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap keluarga.		✓			
	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi dapat membantu menciptakan solidaritas dalam rangka menciptakan perlindungan bersama.		✓			

## Pendapatan (X2)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Pendapatan yang diterima perbulan</b>					
	Saya merasa bahwa penghasilan perbulan memadai untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi.	✓				
	Saya merasa nyaman dengan kemampuan finansial untuk membayar premi asuransi secara berkala.		✓			
B.	<b>Pekerjaan</b>					
	Saya percaya bahwa pekerjaan saat ini memberikan penghasilan yang cukup untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi.	✓				
C.	<b>Anggaran Biaya Sekolah</b>					
	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi dapat membantu melindungi masa depan pendidikan keluarga .	✓				
D.	<b>Beban Keluarga yang Ditanggung</b>					
	Saya yakin bahwa dengan memiliki produk asuransi, saya dapat membantu melindungi keluarga dari risiko finansial akibat beban yang ditanggung.	✓				
	Saya merasa tanggungan ekonomi keluarga tidak menghalangi untuk membeli produk asuransi.	✓				

Usia (X3)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Anak – anak dibawah umur ( 0 – 17 Tahun )</b>					
	Saya merasa bahwa sebagai orang tua atau wali, pembelian produk asuransi untuk anak-anak sangat penting.	✓				
B.	<b>Masa Pemuda ( 18 – 65 Tahun )</b>					
	Saya percaya bahwa di usia pemuda, memiliki produk asuransi adalah langkah bijak untuk perlindungan finansial.	✓				
C.	<b>Masa Setengah Baya ( 66 -79 Tahun )</b>					
	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi pada usia setengah baya dapat membantu mengurangi beban finansial dalam situasi darurat.	✓				
	Saya merasa pada usia setengah baya, memiliki produk asuransi tetap relevan untuk melindungi Kesehatan.	✓				
D.	<b>Orang Tua ( 80 – 99 Tahun )</b>					
	Saya merasa di usia tua, memiliki produk asuransi adalah salah satu cara untuk memberikan warisan finansial bagi keluarga.	✓				
E.	<b>Orang Tua berusia panjang ( &gt; 100 Tahun )</b>					
	Saya percaya memiliki produk asuransi di usia sangat lanjut memberikan ketenangan pikiran bagi saya.	✓				

## Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Sesuai Kebutuhan</b>					
	Saya merasa bahwa produk asuransi memenuhi kebutuhan perlindungan yang saya butuhkan.	✓				
B.	<b>Mempunyai Manfaat</b>					
	Saya yakin bahwa produk asuransi memberikan proteksi yang berarti bagi kehidupan saya.	✓				
	Saya yakin bahwa membeli produk asuransi memberikan manfaat jangka panjang.	✓				
C.	<b>Pembelian Berulang</b>					
	Saya merasa puas dengan transaksi pembelian produk asuransi sebelumnya	✓				
	Saya merencanakan untuk membeli produk asuransi lagi di masa depan.	✓				
D.	<b>Ketepatan dalam membeli produk</b>					
	Saya merasa bahwa keputusan membeli produk asuransi sesuai dengan kebutuhan finansial saya.	✓				
	Saya merasa bahwa memiliki produk asuransi dengan harga yang sesuai adalah langkah bijak dalam merencanakan keuangan.		✓			

## 2. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist ( ✓ ) pada jawaban yang anda pilih.

Apabila res

Kriteria penilaian sebagai berikut :

NO	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	SS
2.	Setuju	S
3.	Kurang Setuju	KS
4.	Tidak Setuju	TS
5.	Sangat Tidak Setuju	STS

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Keterbukaan</b>					
	Saya merasa nyaman membuka pikiran terhadap berbagai opsi asuransi yang ada.		✓			
B.	<b>Kritisme</b>					
	Saya merasa penting untuk mengajukan pertanyaan sebelum membeli produk asuransi.	✓				
C.	<b>Kreativitas</b>					
	Saya percaya bahwa pendekatan kreatif dalam memilih produk asuransi dapat memberikan keuntungan tambahan.		✓			
D.	<b>Partisipasi</b>					
	Saya percaya bahwa melibatkan diri dalam proses pembelian produk asuransi membantu saya memahami dengan baik apa yang saya butuhkan.		✓			
E.	<b>Solidaritas</b>					
	Saya merasa terdorong untuk membeli produk asuransi sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap keluarga.		✓			
	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi dapat membantu menciptakan solidaritas dalam rangka menciptakan perlindungan bersama.		✓			



## Pendapatan (X2)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Pendapatan yang diterima perbulan</b>					
	Saya merasa bahwa penghasilan perbulan memadai untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi.	✓				
	Saya merasa nyaman dengan kemampuan finansial untuk membayar premi asuransi secara berkala.	✓				
B.	<b>Pekerjaan</b>					
	Saya percaya bahwa pekerjaan saat ini memberikan penghasilan yang cukup untuk mempertimbangkan pembelian produk asuransi.	✓				
C.	<b>Anggaran Biaya Sekolah</b>					
	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi dapat membantu melindungi masa depan pendidikan keluarga.		✓			
D.	<b>Beban Keluarga yang Ditanggung</b>					
	Saya yakin bahwa dengan memiliki produk asuransi, saya dapat membantu melindungi keluarga dari risiko finansial akibat beban yang ditanggung.	✓				
	Saya merasa tanggungan ekonomi keluarga tidak menghalangi untuk membeli produk asuransi.	✓				

Usia (X3)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Anak – anak dibawah umur ( 0 – 17 Tahun )</b>					
	Saya merasa bahwa sebagai orang tua atau wali, pembelian produk asuransi untuk anak-anak sangat penting.	✓				
B.	<b>Masa Pemuda ( 18 – 65 Tahun )</b>					
	Saya percaya bahwa di usia pemuda, memiliki produk asuransi adalah langkah bijak untuk perlindungan finansial.	✓				
C.	<b>Masa Setengah Baya ( 66 -79 Tahun )</b>					
	Saya percaya bahwa memiliki produk asuransi pada usia setengah baya dapat membantu mengurangi beban finansial dalam situasi darurat.	✓				
	Saya merasa pada usia setengah baya, memiliki produk asuransi tetap relevan untuk melindungi Kesehatan.	✓				
D.	<b>Orang Tua ( 80 – 99 Tahun )</b>					
	Saya merasa di usia tua, memiliki produk asuransi adalah salah satu cara untuk memberikan warisan finansial bagi keluarga.		✓			
E.	<b>Orang Tua berusia panjang ( &gt; 100 Tahun )</b>					
	Saya percaya memiliki produk asuransi di usia sangat lanjut memberikan ketenangan pikiran bagi saya.	✓				

## Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Distribusi Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	<b>Sesuai Kebutuhan</b>					
	Saya merasa bahwa produk asuransi memenuhi kebutuhan perlindungan yang saya butuhkan.	✓				
B.	<b>Mempunyai Manfaat</b>					
	Saya yakin bahwa produk asuransi memberikan proteksi yang berarti bagi kehidupan saya.	✓				
	Saya yakin bahwa membeli produk asuransi memberikan manfaat jangka panjang.	✓				
C.	<b>Pembelian Berulang</b>					
	Saya merasa puas dengan transaksi pembelian produk asuransi sebelumnya	✓				
	Saya merencanakan untuk membeli produk asuransi lagi di masa depan.	✓				
D.	<b>Ketepatan dalam membeli produk</b>					
	Saya merasa bahwa keputusan membeli produk asuransi sesuai dengan kebutuhan finansial saya.			✓		
	Saya merasa bahwa memiliki produk asuransi dengan harga yang sesuai adalah langkah bijak dalam merencanakan keuangan.			✓		