

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan ridho-Nya yang telah mengizinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Elemen Kesadaran Merek Produk Asuransi PT. Prudential Life Assurance Terhadap Keputusan Pembelian di Kecamatan Bandung Kulon Tahun 2012”**.

Skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis pada program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media di Institut Manajemen Telkom.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi banyak kesulitan. Namun, penulis mendapat banyak bimbingan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak, sehingga perlahan kesulitan itu dapat diatasi. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Endang Sofyan, MBT., selaku dosen pembimbing penulis, terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, nasihat, serta waktunya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Kedua orang tua saya, Cjamiati Karolin dan Buyung Sakti Hamel yang selalu memberikan dukungannya, baik secara materi maupun non materi.
3. Nenek tercinta, Ibu Emi Ningsih dan seluruh keluarga besar Harisoedin yang selalu mendukung dan menaungi hidup penulis dengan ketulusan kasih dan sayang sehingga penulis mampu menyelesaikan studi ini dengan ketenangan dan kenyamanan.
4. Ibu Indira Rachmawati, SE., MT, selaku penguji satu seminar proposal penelitian, Ibu Nurvita, selaku penguji dua seminar proposal penelitian, terima kasih atas semua masukan, kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staf program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, terima kasih untuk semua ilmu dan bimbingan yang diberikan selama ini.
6. Seluruh Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.
7. Rafli Ardian Lubis (Alm.), Reziyodi Ryandaru, dan Hanna Bernike, terima kasih karena telah memberi banyak pelajaran dan inspirasi tentang kehidupan sehingga penulis dapat tabah dan sabar mengerjakan studi ini.
8. Muhammad Dliya Ul'Haq sebagai sahabat yang sudah sangat sabar memberi arahan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat Sum 40's, Al-Fatah Malik Ibrahim, Indra Guna Wahyudi, Yasir Aris Nugroho, Juane Luay, Aulia Rachman, Didu, Olan, Om Heri, yang selalu sedia dengan ikhlas membantu penulis ketika berada dalam kesulitan dan membutuhkan pertolongan.
10. Rekan-rekan seperjuangan di kota Kembang, Ian Ferdhian Surbakti, Yudha Satrio Prabowo, Razya Maruahal Butar Butar, Adam Dinar, Eliza L. N. Simatupang, Dwi Ramma Putra, Teguh Hertawan, Wanda Gema dan Johan Tampubolon atas kerja sama dan dukungannya khususnya selama pengerjaan penelitian ini dan umumnya selama empat tahun ini hidup dan menetap bersama penulis sehingga penulis mendapat banyak dukungan moril dan materi yang tidak mungkin bisa penulis hitung berapa banyaknya.
11. Serta terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini belum sempurna, baik dari segi penulisan, isi, maupun penyajian. Penulis sangat mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Penulis sangat berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Amin.

Bandung, 07 Februari 2013,
penulis

Fajar Hadhiatma

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Tinjauan Objek Studi	1
1.1.1 Profil Singkat PT. Prudential Life Assurance	1
1.1.2 Logo PT. Prudential Life Assurance	1
1.1.3 Sejarah Pendirian PT. Prudential Life Assurance Indonesia..	2
1.1.4 Visi dan Misi PT. Prudential Life Assurance	2
1.2 Latar Belakang Masalah	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	18
1.4 Rumusan Masalah	19
1.5 Tujuan Penelitian	19
1.6 Kegunaan Penelitian	20
1.7 Sistematika Penelitian	20

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	22
2.1.1 Rangkuman Teori.....	22
A. Asuransi.....	22

B. Merek	23
1. Pengertian Merek	23
2. Ekuitas Merek	25
C. Kesadaran Merek.....	27
D. Keputusan Pembelian	31
1. Konsep Keputusan Pembelian.....	31
2. Dimensi Keputusan Pembelian.....	34
E. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.1.2 Penelitian Terdahulu	37
1. Skripsi	37
2. Jurnal	41
2.2 Kerangka Pemikiran	45
2.3 Hipotesis penelitian	46
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	46
2.4.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian	47
2.4.2 Lokasi dan Objek Penelitian	47
2.4.3 Waktu dan Periode Penelitian.....	47

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	48
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	48
3.2.2 Skala Pengukuran.....	50
3.3 Tahapan Penelitian	51
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	52
3.4.1 Populasi Penelitian.....	52
3.4.2 Sampel Penelitian.....	53

3.4.3 Teknik Sampling	54
3.5 Pengumpulan data	55
3.5.1 Jenis Data	55
3.5.2 Sumber Data	55
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	55
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Realibilitas	58
3.7 Teknik Analisis Data	60
3.7.1 Analisis Deskriptif	60
3.7.2 <i>Methods of Succesive Interval</i> (MSI)	62
3.7.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	69
4.1.1 <i>Screening Question</i>	69
4.1.2 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.1.3 Komposisi Responden Berdasarkan Usia	70
4.1.4 Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	71
4.1.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pemakai (<i>User</i>)	72
4.1.6 Komposisi Responden Berdasarkan Yang Akan/Sudah Mengeluarkan Biaya Premi	73
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek	75
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran <i>Unaware of Brand</i>	75
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Recognition</i>	76
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Recall</i>	78

4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Top of Mind</i>	80
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.3	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian .	85
4.3.1	Analisis Korelasi	86
4.3.2	Pengujian Koefisien Jalur Secara Simultan.....	87
4.3.3	Pengujian Koefisien Jalur Secara Parsial	90
4.3.4	Perhitungan Analisis Jalur Model <i>Trimming</i>	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN 1

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index (TBI) Kategori Asuransi Jiwa Tahun 2012.....	3
Tabel 2.1	Daftar Skripsi Yang Dijadikan Referensi	38
Tabel 2.2	Daftar Jurnal Yang Dijadikan Referensi.....	41
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 3.2	Hasil uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	57
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Merek.....	59
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 3.6	Kategori Interpretasi Skor	61
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Unaware of Brand</i>	75
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Recognition</i>	77
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Recall</i>	79
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Top of Mind</i>	81
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian ..	83
Tabel 4.6	Hasil Uji Korelasi	86
Tabel 4.7	Kategori Skor Korelasi	87
Tabel 4.8	Hasil Uji R.....	88
Tabel 4.9	Hasil Uji Anova (Uji F).....	89
Tabel 4.10	Hasil Uji t	91
Tabel 4.11	Uji Hipotesis Secara Parsial.....	92
Tabel 4.12	Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....	99
Tabel 4.13	Hasil Uji Korelasi Model <i>Trimming</i>	100
Tabel 4.14	Hasil Uji R Model <i>Trimming</i>	101
Tabel 4.15	Hasil Uji F Model <i>Trimming</i>	102

Tabel 4.16	Hasil Uji t Model <i>Trimming</i>	103
Tabel 4.17	Uji Hipotesis Secara Parsial dalam Model <i>Trimming</i>	104
Tabel 4.18	Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Tidak Total dalam Model <i>Trimming</i>	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo PT. Prudential Life Assurance.....	1
Gambar 1.2	Total Aset PT. Prudential Life Assurance 2005-2011	5
Gambar 1.3	Pertumbuhan Total Margin dan Target Keuntungan Premi (dalam milyar) PT. Prudential Life Assurance 2011-2012.....	7
Gambar 1.4	Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kotamadya di Jawa Barat	9
Gambar 1.5	Grafik Daya Beli Masyarakat dan Indeks Daya Beli Masyarakat Kotamadya Bandung 2008-2011	10
Gambar 1.6	Indeks Nilai Pengangguran di Kota Bandung Tahun 2004-2011.....	11
Gambar 1.7	Sepuluh Kecamatan Dengan Nilai Kontribusi PDRB Tertinggi di Kota Bandung Tahun 2010	13
Gambar 1.8	Jumlah Penduduk Kecamatan Dengan Jumlah Penduduk Terpadat di Kota Bandung.....	14
Gambar 1.9	Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kecamatan Bandung Kulon Tahun 2003, 2007, 2009, dan 2011	15
Gambar 1.10	Jumlah Penduduk Kecamatan Bandung Kulon Berdasarkan Struktur Umur (15-64 tahun)	16
Gambar 2.1	Ekuitas Merek	26
Gambar 2.2	Piramida Kesadaran Merek	28
Gambar 2.3	Nilai-Nilai Kesadaran Merek	29
Gambar 2.4	Proses Keputusan Pembelian	32
Gambar 2.5	Model Perilaku Konsumen	34
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran	46
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	52

Gambar 3.2	Kategori Interpretasi Skor Dalam Garis Kontinum	62
Gambar 3.3	Model Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian	66
Gambar 4.1	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar 4.2	Komposisi Responden Berdasarkan Usia	71
Gambar 4.3	Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	72
Gambar 4.4	Komposisi Responden Berdasarkan Pemakai (<i>User</i>)	73
Gambar 4.5	Komposisi Responden Yang Akan/Sudah Mengeluarkan Biaya Premi	74
Gambar 4.6	Persentase <i>Unaware of Brand</i> Dalam Garis Kontinum	76
Gambar 4.7	Persentase <i>Brand Recognition</i> Dalam Garis Kontinum.....	78
Gambar 4.8	Persentase <i>Brand Recall</i> Dalam Garis Kontinum	80
Gambar 4.9	Persentase <i>Top of Mind</i> Dalam Garis Kontinum	82
Gambar 4.10	Persentase Keputusan Pembelian Dalam Garis Kontinum	85
Gambar 4.11	Distribusi, Penolakan atau Penerimaan H_0	93
Gambar 4.12	Diagram Jalur Dalam Nilai t dan Nilai Beta.....	95
Gambar 4.13	Distribusi t , Penolakan atau Penerimaan H_0 Model <i>Trimming</i>	105
Gambar 4.14	Diagram Jalur Dalam Nilai t dan Nilai Beta Dalam Model <i>Trimming</i>	106

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Lampiran 1 L1-1