

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI  
PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DI JAKARTA**

**Oleh:**

**Nama : Dylan Haris Adianto**

**NIM : 28170413**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**APRIL 2023**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## PENGESAHAN

# **PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DI JAKARTA**

**Diajukan Oleh:**

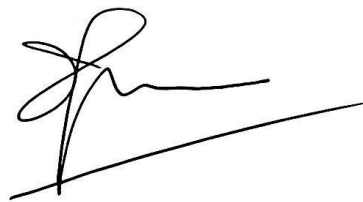
**Nama: Dylan Haris Adianto**

**NIM: 28170413**

**Jakarta, 11 April 2023**

**Disetujui Oleh:**

Pembimbing



Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M.

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2023**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Dylan Haris Adiando / 28170413 / 2023 / Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi PT. Prudential Life Assurance / Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M.

Saat ini kesadaran masyarakat terkait asuransi sebagai produk finansial dinilai masih rendah dan tidak sebaik produk finansial lainnya. Hal ini didorong oleh rendahnya literasi mengenai produk asuransi di Indonesia yang berada pada kisaran 19 persen lebih rendah dibandingkan literasi produk keuangan lainnya. Kesadaran masyarakat yang rendah menjadi tantangan bagi perusahaan asuransi untuk membangun minat keputusan pembelian akan pentingnya asuransi. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kepercayaan merek dan pembentukan citra merek yang baik.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan merek, citra merek, dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, kepercayaan merek dan citra merek sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Objek dalam penelitian ini adalah PT. Prudential Life Assurance. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang merupakan nasabah asuransi PT. Prudential Life Assurance. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *Google Form*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan regresi linear berganda sebagai Teknik analisis. Data diolah menggunakan *software SPSS* versi 22.

Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan merek dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang paling mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel citra merek.

PT. Prudential Life Assurance disarankan dapat meningkatkan lagi kepercayaan nasabah terhadap merek dengan menjaga rasa percaya yang dimiliki para nasabah dan membangun citra merek lebih baik dengan memberikan pelayanan yang memuaskan dan memberikan literasi yang baik dan benar tentang asuransi sehingga minat nasabah untuk melakukan pembelian asuransi dari PT. Prudential Life Assurance akan semakin tinggi.

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Citra Merek, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

Dylan Haris Adiarto / 28170413 / 2023 / *The Influence of Brand Trust and Brand Image on Insurance Purchase Decision at PT. Prudential Life Assurance / Advisor: Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M.*

Currently, public awareness regarding insurance as a financial product is considered to be low and not as good as other financial products. This is driven by low literacy regarding insurance products in Indonesia which is in the range of 19 percent lower than literacy of other financial products. Low public awareness is a challenge for insurance companies to build interest in purchasing decisions about the importance of insurance. Factors that can influence purchasing decisions are brand trust and building a good brand image.

The theory used in this study is brand trust, brand image, and purchasing decisions. In this study, brand trust and brand image as the independent variables and purchase decisions as the dependent variable.

The object in this research is PT. Prudential Life Assurance. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who are insurance customers of PT. Prudential Life Assurance. Data was collected using a questionnaire distributed via Google Form. The research method used is descriptive with multiple linear regression as an analytical technique. Data was processed using SPSS software version 22.

Research shows that brand trust and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions. The variable that most influences the purchase decision is the brand image variable.

PT. Prudential Life Assurance it is recommended that increase customer trust in the brand by maintaining the trust that customers have and building a better brand image by providing satisfying service and providing good and correct literacy about insurance so that customers are interested in buying insurance from PT. Prudential Life Assurance will be even higher.

**Keywords:** Brand Trust, Brand Image, Purchase Decision



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, rahmat, dan anugerah-Nya, sehingga saya bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi PT. Prudential Life Assurance” ini tepat pada waktunya. Pengajuan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah memberikan dorongan, bimbingan, arahan, motivasi, serta doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama pengerjaan skripsi ini dari awal hingga akhir sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen, staf pengajar, staf administrasi, dan seluruh karyawan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan berlangsung.
3. Orang tua yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi
4. And Rafly, Ferdy Handryanto, Jeremy Inly, dan Rizky Agung H. selaku sahabat terdekat penulis yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi.





5. Teman-teman dan seluruh pihak lainnya yang selalu membantu dan mendukung penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya untuk memperbaiki skripsi ini akan sangat membantu bagi penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 11 April 2023

Penulis,

Dylan Haris Adianto

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	11
A. Latar Belakang Masalah.....	11
B. Identifikasi Masalah.....	15
C. Batasan Masalah.....	15
D. Batasan Penelitian.....	15
E. Rumusan Masalah.....	16
F. Tujuan Penelitian.....	16
G. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori.....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pemikiran.....	30
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Obyek Penelitian.....	33
B. Desain Penelitian.....	33
C. Variabel Penelitian.....	34
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	47
B. Analisis Deskriptif.....	50
C. Hasil Penelitian.....	60
D. Pembahasan.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. SIMPULAN.....	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menaunkan dan menyebutkan sumber. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Indeks Kategori Asuransi Jiwa Tahun 2019-2021	14
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu 1	28
Tabel 2.2	Tabel Penelitian Terdahulu 2	29
Tabel 2.3	Tabel Penelitian Terdahulu 3	29
Tabel 2.4	Tabel Penelitian Terdahulu 4	30
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Merek	35
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Citra Merek	36
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	37
Tabel 3.4	Tabel Skala Likert	42
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek	50
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	51
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.7	Analisis Responden Berdasarkan usia	54
Tabel 4.8	Analisis Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.9	Analisis Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.10	Skor Rata-Rata Variabel Kepercayaan Merek	56
Tabel 4.11	Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek	57
Tabel 4.12	Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.16	Hasil Uji T	62
Tabel 4.17	Hasil Uji F	62
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi	64

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kekecewaan publik figur di media sosial	13
Gambar 2	Model Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4	Logo Prudential	47

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pertanyaan Kuesioner	72
Lampiran 2	Data pra-kuesioner (30 responden)	78
Lampiran 3	Hasil Output Uji Validitas	80
Lampiran 4	Hasil Output Uji Reliabilitas	82
Lampiran 5	Data Kuesioner 100 Orang Responden	83
Lampiran 6	Data Profil 100 Orang Responden	99
Lampiran 7	Hasil Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel	93
Lampiran 8	Hasil Output Uji Asumsi Klasik	94
Lampiran 9	Hasil Output Analisis Regresi Linear Berganda	95
Lampiran 10	T Tabel dan R Tabel	96

