

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan jawaban dari perumusan masalah serta pembuktian hipotesis penelitian dari hasil pengujian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis satu membuktikan bahwa *saving motives* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi *saving motives* yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi keputusan seseorang untuk membeli asuransi. Dengan demikian hipotesis pertama dapat diterima.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa kompetensi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik kompetensi dari penyedia layanan asuransi maka semakin tinggi kemungkinan pengambilan keputusan untuk membeli asuransi. Dengan demikian hipotesis kedua dapat diterima.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa pengalaman positif mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi pengalaman positif seseorang maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk memutuskan membeli asuransi. Dengan demikian hipotesis ketiga dapat diterima.

4. Hasil pengujian hipotesis empat membuktikan bahwa kecenderungan membeli dapat memediasi pengaruh kompetensi terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik kompetensi penyedia layanan asuransi maka semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian asuransi sehingga berpengaruh terhadap keputusan membeli asuransi yang tinggi. Dengan demikian hipotesis keempat dapat diterima.
5. Hasil pengujian hipotesis kelima membuktikan bahwa kecenderungan membeli dapat memediasi pengaruh pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi pengalaman positif maka semakin tinggi pula kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian asuransi sehingga berpengaruh terhadap keputusan membeli asuransi yang tinggi. Dengan demikian hipotesis kelima dapat diterima.
6. Hasil pengujian hipotesis keenam membuktikan bahwa kecenderungan membeli mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi kecenderungan untuk membeli asuransi maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk memutuskan melakukan pembelian asuransi. Dengan demikian hipotesis keenam dapat diterima.

5.2. **Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menggunakan pengalaman positif sedangkan pengalaman negative tidak dibahas oleh peneliti.
2. Adanya kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian yaitu memiliki asuransi dan bertindak sebagai pengambil keputusan asuransi serta berdomisili di wilayah Surabaya, Gresik dan Tuban.
3. Semua responden sudah melakukan pembelian asuransi.
4. R^2 hanya sebesar 29 persen, sisanya 71 persen dipengaruhi variabel lain dari luar model penelitian ini.

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan bagi pihak terkait sebagai berikut:

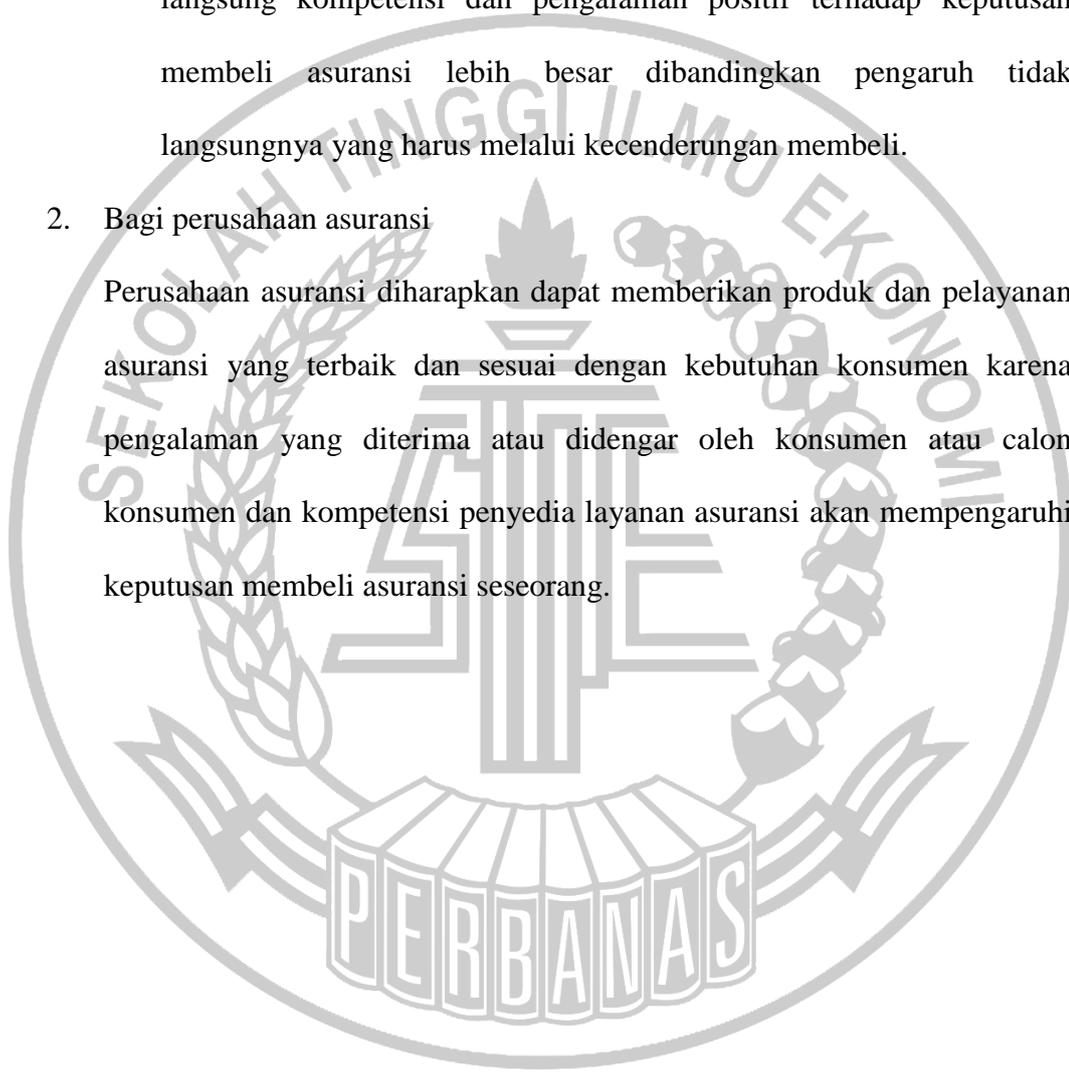
1. Bagi peneliti selanjutnya
 - 1) Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar tidak hanya membahas pengalaman positif saja tetapi juga dapat membahas pengalaman negatif.
 - 2) Peneliti selanjutnya disarankan dapat memperluas wilayah penyebaran kuesioner (wilayah penelitian).
 - 3) Peneliti selanjutnya disarankan untuk tidak hanya menyebarkan kuesioner kepada responden yang memiliki asuransi saja tetapi juga kepada responden yang belum mempunyai asuransi sehingga terdapat variasi jawaban dari responden.
 - 4) Peneliti selanjutnya dapat melakukan modifikasi model yang dihasilkan dalam penelitian saat ini dengan memasukkan variabel lain

yang secara teoritis berpengaruh terhadap keputusan membeli asuransi.

- 5) Selain itu peneliti selanjutnya disarankan untuk tidak menggunakan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi karena pengaruh langsung kompetensi dan pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsungnya yang harus melalui kecenderungan membeli.

2. Bagi perusahaan asuransi

Perusahaan asuransi diharapkan dapat memberikan produk dan pelayanan asuransi yang terbaik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen karena pengalaman yang diterima atau didengar oleh konsumen atau calon konsumen dan kompetensi penyedia layanan asuransi akan mempengaruhi keputusan membeli asuransi seseorang.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman M. Dan Herizon. 2011. “Karakteristik Selebritis Sebagai Model Iklan dan Perannya terhadap Niat Beli Produk Sepeda Motor Yamaha pada Mahasiswa STIE Perbanas Surabaya”. *Journal of Business and Banking*. Vol. 1, No. 2, pages 105 – 116.
- Anggun P. Situmorang. 2017. Kasus Asuransi Duduki Peringkat ke-7 Terbanyak Dilaporkan ke YLKI. (Online). (www.merdeka.com, diakses 18 April 2018)
- Cooper, Donald R., dan Schinder, Pamela S. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Buku 1. Edisi 12. Jakarta : Salemba Empat.
- Elisa V. S. “OJK: Baru 11,81 Persen Masyarakat yang Berasuransi”. *CNNINDONESIA*, (Online). (www.cnnindonesia.com, diakses 20 April 2018)
- Evan Stiawan dan Tantri Yanuar R. S. 2017. “The Effect of Promotional Benefit on Purchase Intention Moderated by The Brain’s Tendency of Consumers”. *Journal of Economic, Business, and Accountancy Ventura*. Vol. 20, No.1, pages 89 – 95.
- Griffin, W. Ricky dan Ebert J. Roland. 2006. *Business*. Diterjemahkan oleh Sita Wardhani. Jakarta: Erlangga
- Herman Darmawi. 2001. *Manajemen Asuransi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Imam Ghozali dan Hengky Latan. 2014. *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Inti Dian Lisnawati. 2016. “Pengaruh Aksestabilitas, Kompetensi, Sikap Moneter, dan Pengalaman Positif Pengguna Jasa Asuransi Prudential Di Yogyakarta”. *Jurnal Manajemen* Vol. 6 No. 1, Hal 43 – 48
- Junaedy Ganie. 2001. *Hukum Asuransi Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika
- Jurkovičová, Monika. 2016. “Behavioural Aspects Affecting The Purchase of Insurance – Different Behaviour of Men and Woman”. *Ekonomické Rozhlady – Economic Review*. Vol. 45., 2. pages 181 – 196.
- KBBI. (Online). (<https://kbbi.web.id>, diakses 20 Mei 2018)
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.

- Macmillan Dictionary. (Online). (<https://www.macmillandictionary.com/>, diakses 20 Mei 2018)
- MAG. “Kenali Tujuan dan Fungsi Asuransi” 27 Februari 2015, (Online). (www.mag.co.id, diakses 20 April 2018).
- Mahdzan Nurul S. dan Victorian Sarah M. P. 2013. “The Determinants of Life Insurance Demand: A Focus on Saving Motives and Financial Literacy”. *Asian Social Science*. Vol. 9, No. 5, pages 274 – 284.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Naimah Helmi B. 2016. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi AIA Financial Surabaya”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5, Nomor 3.
- Ni Putu W. S., Ketut R., dan Ni Nyoman K. Y. 2016. “Pengaruh Pengalaman Membeli Produk *Fashion* Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan”. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 10, No. 1, hal. 85 – 97.
- Novie Astri P. dan Hartoyo. 2014. ”Analisis Niat Beli Asuransi Jiwa pada Mahasiswa: Aplikasi *Theory Of Planned Behavior*”. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*. Vol. 7, No. 1, p: 58 – 66.
- Otoritas Jasa Keuangan Indonesia. 2017. *Statistik Perasuransian 2016*. Jakarta
- Peter, J. Paul dan Olsom, C. Jerry. 2013. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Diterjemahkan oleh Dian Tantri D. Jakarta: Salemba Empat
- Ratih Fadlilah Awaliyah. 2010. “Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sarini Kodu. 2013. “Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza”. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No.3, Hal. 1251 – 1259.
- Sofjan Assauri. 2007. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Sri Nur K. dan Rosaly F. 2017. “Karakteristik Kompetensi SDM: *Content Analysis* Iklan Lowongan Pekerjaan *Sales* pada *E-Recruitment*”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol. 19, No. 1, hal. 47 – 62.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- The Chartered Insurance Institute. 2015. *The Insurance Competency Framework*.

Ulbinaitė A., Kucinskiene M., dan Moullec Y. 2013. “Determinants of Insurance Purchase Decision Making in Lithuania”. *Inzinerine Ekonomika – Engineering Economics*. 24 (2), 144 – 159.

Ulbinaitė, A. dan Kučinskienė, M. 2013. “Insurance Service Purchase Decision – Making Rationale: Expert – Based Evidence From Lithuania”. *Ekonomika*. Vol. 92(2), pages 137 – 155.

Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian

