

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH, JENIS  
PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PADA PT ASURANSI RAMAYANA  
TBK CABANG KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh :**

**BENI SAPUTRA**

**NPM. 1701110541**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
PALEMBANG**

**2021**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : BENI SAPUTRA  
Nomor Pokok/NIRM : 17.01.11.0541  
Jurusan/ Program Studi : Ekonomi/Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Kepercayaan Nasabah, Jenis Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT Asuransi RamayanaTbk Cabang Kota Palembang

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 13 Okt 21 Pembimbing I:



Hj. Nina Fitriana, SE,M.Si  
NIDN : 0012116501

Tanggal 13 Okt 21 Pembimbing II :



Muhammad Ridwan, SE,MM  
NIDN : 0212016201

136/PS/DFE/21

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Msy. Mikial, SE, M.SI, Ak. CA, CSRS  
NIDN : 0205026401



Mariyam Zanariyah, S.E. MM  
NIDN : 022209630

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

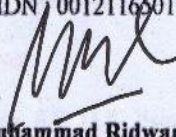
Nama : Beni Saputra  
Nomor Pokok / NPM : 17.01.11.0541  
Jurusan : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Kepercayaan Nasabah, Jenis Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang

Penguji Skripsi:

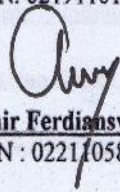
Tanggal 13. Okt '21...Ketua Penguji

  
: Hi. Nina Fitriana, SE, M.Si  
NIDN : 0012116501

Tanggal 13. Okt '21...Penguji I

  
: Muhammad Ridwan, S.E., M.M  
NIDN. 0219116101

Tanggal 13. Okt '21...Penguji II

  
: Azmir Ferdiansyah, S.E., M.M  
NIDN : 0221/05801





Mengesahkan :

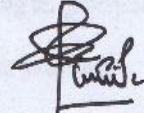
Dekan

Tanggal : 21-10-2021

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal : 21-10-2021

  
  
: Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si, Ak.CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

  
: Mariyam/Zanariah, SE., M.M  
NIDN : 0222096301

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto :**

- ❖ Hari ini harus lebih baik dari hari kemarin dan hari esok adalah harapan
- ❖ Setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah bila dikerjakan
- ❖ Tanyakan kepada orang yang lebih berpengalaman karena hal itu akan menambah wawasan serta informasi yang kita butuhkan dalam memulai suatu pekerjaan.

### **Dengan segenap rasa hormat dan cintaku persembahkan kepada:**

- ❖ Allah Subhanahu Wa Ta'ala
- ❖ Ayahku Busra dan Ibuku Darneli
- ❖ Keluarga besarku yang selalu member dukungan
- ❖ Teman hidupku Nurmala sari S.E. Yang selalu memberi motivasi
- ❖ Ibu Nina Fitriana, S.E.,M.Si Yang selalu ikhlas dan sabar dalam membimbing akademik maupun penyelesaian skripsi ini.
- ❖ Bapak Muhammad Ridwan, S.E.,M.Si Yang selalu ikhlas dan sabar dalam membimbing akademik maupun penyelesaian skripsi ini.
- ❖ Dosen-dosen yang telah berjasa mendidik dan membantu dalam akademik.
- ❖ Teman-teman seperjuanganku.
- ❖ Almamaterku tercinta.

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Beni Saputra  
Nomor Pokok : 17.01.11.0541  
Angkatan : 2017  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Skripsi : Pengaruh Tingkat Kepercayaan Nasabah, Jenis Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, 20 September 2021

Peneliti,



Beni Saputra.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**Pengaruh Tingkat Kepercayaan Nasabah, Jenis Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

Dalam kesempatan ini pula peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

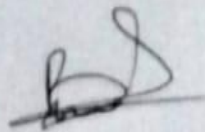
1. Ibu Dr. Hj. Nyimas Manisah, M.P. selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si, Ak. CA, CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
4. Ibu Hj Nina Fitriana, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Muhammad Ridwan S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan Skripsi ini.
6. Ibu Royda S.E., M.S.i. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu selama proses pembelajaran.

7. Bapak Mada selaku Marketing di PT. Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang yang telah bersedia membantu dan memberikan data dalam penyusunan Skripsi ini.
8. Jajaran Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
9. Seluruh anggota keluarga atas do'a dan dukungannya selama penyusunan Skripsi ini.
10. Teman Hidupku Nurmala sari S.E. yang selalu ada dan memberi semangat serta motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 Fakultas Ekonomi atas semua dukungan, semangat dan kerjasamanya.

Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan Skripsi ini.

Palembang, 20 September 2021

Peneliti



Beni Saputra

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN.</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1. Kajian Teoritis	10
2.1.1. Pengertian Manajemen.....	10
2.1.2. Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.3. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.4. Tingkat kepercayaan	
2.1.4.1. Definisi Tingkat Kepercayaan.....	12
2.1.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan.....	13



2.1.4.3. Strategi Meningkatkan Tingkat Kepercayaan .....	14
2.1.4.4. Dimensi dan Indikator Tingkat Kepercayaan .....	16
2.1.5. Produk	
2.1.5.1. Definisi Produk .....	17
2.1.5.2. Tingkatan Produk .....	18
2.1.5.3. Klasifikasi Produk .....	19
2.1.5.4. Kualitas Produk .....	22
2.1.5.5. Dimensi dan Indikator Produk .....	22
2.1.6. Harga	
2.1.6.1. Definisi Harga .....	24
2.1.6.2. Menetapkan Harga .....	25
2.1.6.3. Strategi Penetapan Harga .....	26
2.1.6.4. Dimensi dan indikator Harga .....	27
2.1.7. Keputusan Pembelian	
2.1.7.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	27
2.1.7.2. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan .....	28
2.1.7.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	30
2.1.7.4. Proses Keputusan Pembelian dari Konsumen .....	33
2.1.7.5. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	33
2.2. Penelitian Lain yang Relevan .....	36
2.3. Kerangka Berpikir .....	40
2.4. Hipotesis Penelitian .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	42
3.1.1. Tempat Penelitian .....	42

3.1.2. Waktu Penelitian .....	42
3.2. Sumber dan Jenis Data.....	43
3.2.1. Sumber Data .....	43
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.3. Populasi, Sampel dan Sampling .....	44
3.3.1. Populasi .....	44
3.3.2. Sampel .....	45
3.3.3. Sampling .....	46
3.4. Rancangan Penelitian.....	46
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	47
3.5.1. Variabel Penelitian .....	47
3.5.2. Definisi Operasional Variabel .....	48
3.6. Instrumen Penelitian .....	51
3.6.1. Uji Instrumen .....	52
3.6.1.1. Uji Validitas .....	53
3.6.1.2. Uji Reliabilitas .....	53
3.7. Teknik Analisis Data .....	52
3.7.1. Analisis Kuantitatif .....	54
3.7.1.1. Uji Asumsi Klasik .....	54
3.7.1.2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
3.7.2. Analisis Koefisien Korelasi .....	56
3.7.3. Analisis Koefisien Determinasi .....	57
3.8. Uji Hipotesis .....	58
3.8.1. Uji Simultan (Uji F) .....	58
3.8.2. Uji Parsial (Uji t) .....	58

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian .....	62
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Asuransi Ramayana Tbk .....	62
4.1.2 Visi dan Misi PT Asuransi Ramayana Tbk.....	64
4.1.3 Struktur Organisasi .....	64
4.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab.....	65
4.1.4.1 Kepala Cabang .....	66
4.1.4.2 Seksi Sekretariat dan Umum (Personalia) .....	66
4.1.4.3 Seksi Pemasaran (Marketing).....	67
4.1.4.4 Seksi Akseptasi (Underwriting) .....	69
4.1.4.5 Kebag Keuangan .....	70
4.1.4.6 Seksi Akutansi (Accounting).....	71
4.1.4.7 Seksi Klaim (Claim) .....	72
4.2 Profil Pelanggan / Responden .....	74
4.2.1 Karakteristik Umur Responden .....	74
4.2.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	75
4.2.3 Karakteristik Pekerjaan Responden .....	75
4.3 Hasil Analisis Data .....	76
4.3.1 Uji Instrumen .....	76
4.3.1.1 Uji Validitas .....	76

4.3.1.2 Uji Realibilitas .....	80
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	81
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	81
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas .....	82
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	83
4.3.3 Analisis Statistik Inferensial .....	84
4.3.3.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	84
4.3.3.2 Uji Koefisien Korelasi.....	85
4.3.3.3 Uji Koefisien Determinasi .....	87
4.3.4 Uji Hipotesis Statistik.....	88
4.3.4.1 Uji Simultan Dengan Uji F .....	88
4.3.4.2 Uji Prasional Dengan Uji t .....	88
4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	98
4.4.1 Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Jenis Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang.....	98
4.4.2 Pengaruh Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang .....	99
4.4.3. Pengaruh Jenis Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang .....	100

4.4.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang .....	101
---	-----

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran .....	103

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel.</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Data Jumlah Produksi.....	6
3.1 Jadwal Penelitian.....	42
3.2 Jumlah Nasabah PT. Asuransi Ramayana Tbk.....	44
3.3 Kisi-kisi Operasional Variabel Tingkat Kepercayaan(X1).....	48
3.4 Kisi-kisi Operasonel Variabel Jenis Produk(X2).....	49
3.5 Kisi-kisi Operasional Variabel Harga (X3).....	52
3.6 Kisi-kisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian(Y) .....	53
3.7 Skala Likert .....	56
3.8 Interpretasi Nilai (r) .....	61
4.1 Karakteristik Umur Responden.....	74
4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	75
4.3 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	75
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepercayaan (X <sub>1</sub> ).....	76
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Jenis Produk (X <sub>2</sub> ).....	77
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X <sub>3</sub> ).....	78

4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	79
4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	80
4.9 Hasil Uji Normalitas.....	81
4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	86
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	87
4.14 Hasil Uji F.....	88
4.15 Hasil Uji t.....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Tahap-tahap diantara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	83



## ABSTRAK

**BENI SAPUTRA. Pengaruh Tingkat Kepercayaan Nasabah, Jenis Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Asuransi Ramayan Tbk Cabang Kota Palembang. (Di bawah bimbingan Ibu Hj. Nina Fitriana,S.E.,M.Si dan Bapak Muhammad Ridwan S.E.,MM)**

Skripsi ini membahas tentang pengaruh Tingkat Kepercayaan Nasabah, Jenis Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Produk PT ASURANSI Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang. Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada seluruh konsumen yang menggunakan asuransi lebih dari 1 priode berjumlah 95 orang yang dijadikan sebagai sampel dengan menggunakan metode *sampling Random*

Dari hasil penelitian ini terdapat pengaruh signifikan Tingkat Kepercayaan Nasabah ,Jenis Produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk ,dengan di tunjukan melalui uji F yang di peroleh F hitung 41.521 atau nilai *Significant* 0,000 lebih kecil dari 0,05, artinya Tingkat Kepercayaan nasabah, jenis produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk . Sedangkan uji t Tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk , hal ini di tunjukan oleh nilai t hitung 5.625 atau nilai *Significant* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Jenis produk berpengaruh Negaatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan pembelian produk, hal ini di tunjukan oleh nilai t hitung -6.01 atau nilai *Significant* 0,550 lebih kecil dari 0,05. Nilai Koefisien korelasi (R) pengaruh Tingkat kepercayaan Nasabah sebesar 0,724 bersifat positif dan searah Jenis produk sebesar 0,495 bersifat positif dan searah dan Harga sebesar 0,656 bersifat positif dan searah Terhadap keputusan pembelian produk PT. Asuransi Ramayana . Tbk Cabang Palembang dan koefisien determinasi diperoleh, artinya Keputusan pembelian produk (Y) dapat di jelaskan atau dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan( $X_1$ ) dan Jenis produk( $X_2$ )dan Harga ( $X_3$ ) sebesar 56,4% sedangkan sisanya 43,6% di pengeruhi oleh faktor lain yang tidk di bahas dalam penelitian ini.

***Kata kunci : Tingkat kepercayaan, Jenis Produk, Harga, Keputusan pembelian***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan pemasaran bermula ketika tahun 1900 terjadi sebuah revolusi industri secara besar-besaran dan mengubah cara atau perilaku masyarakat. Jika sebelum terjadinya revolusi masyarakat masih mengenal cara berbisnis dengan ciri utama merkantilis (berdagang), maka setelah revolusi perilaku bisnis masyarakat berubah menjadi kapitalis. Keadaan berubah menjadi kapitalis dikarenakan munculnya kekuatan baru di dunia perdagangan, di mana banyak orang-orang yang memiliki uang yang banyak menggunakan uang mereka sebagai modal untuk membangun pabrik dan perusahaan tujuannya tidak lain adalah untuk memproduksi barang secara lebih cepat dan memperdagangkannya.

Dari proses itu mulailah terjadi perubahan cara pandang dan perilaku pasar, di mana perusahaan tersebut menggunakan sebuah lembaga untuk menjalankan segala kebutuhan pasar yaitu pemasaran jasa. Menurut Lupiyoadi (2006:5), Pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang di tawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan pemindahan kepemilikan apapun.

Sedangkan menurut Daryanto (2011:236), pemasaran jasa adalah mengenai janji-janji yang di buat kepada pelanggan dan harus di jaga kerangka kerja strategis diketahui sebagai service triangle yang

memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun customer relationship.

Salah satu perkembangan pemasaran jasa yang cukup di minati yaitu pemasaran jasa asuransi. Asuransi merupakan suatu kegiatan pemindahan atau pengalihan risiko untuk mencegah terjadinya kerugian besar yang disebabkan oleh resiko-resiko tertentu. Resiko-resiko tertentu yang dimaksud tersebut diantaranya berupa resiko kematian, resiko kecelakaan, resiko sakit, resiko kerusakan, resiko kebakaran, resiko kehilangan dan lain-lain. Asuransi terbagi menjadi dua yaitu asuransi jiwa (life insurance) dan asuransi non jiwa (non life insurance). Pada asuransi jiwa, resiko yang dijamin oleh perusahaan asuransi adalah berupa resiko kematian, sedangkan pada asuransi non-jiwa resiko yang dijamin oleh perusahaan asuransi bermacam macam tergantung pada jenis yang diasuransikan. Asuransi non-jiwa sering disebut juga dengan asuransi umum (general insurance).

Salah satu jenis asuransi ini adalah asuransi kerugian dan salah satunya adalah asuransi kendaraan bermotor. kendaraan bermotor adalah suatu pertanggungan kerugian yang khusus untuk melindungi tertanggung dalam adanya resiko kerusakan atau kerugian yang ditimbulkan dari berbagai macam kejadian yang menyangkut hingga kepemilikan kendaraan bermotor. Secara umum resiko-resiko yang dijamin dalam asuransi kendaraan bermotor di antaranya adalah kecelakaan (tabrakan, benturan, terbalik, tergelincir dari jalan), perbuatan jahat orang lain,

pencurian termasuk pencurian dengan kekerasan, kebakaran, sambaran petir, kerugian akibat kecelakaan selama penyeberangan dengan feri atau alat penyeberangan resmi yang berada di bawah pengawasan Dirjen Perhubungan Darat, biaya yang wajar dikeluarkan bertanggung jika terjadi kerugian dan atau kerusakan akibat resiko yang dijamin untuk penjagaan, pengangkutan, atau penarikan ke bengkel atau tempat lain untuk menghindari atau mengurangi kerugian atau kerusakan tersebut.

Premi asuransi adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh tertanggung kepada perusahaan asuransi sebagai kewajiban atas keikutsertaannya dalam asuransi. Pada prinsipnya premi asuransi merupakan nilai sekarang dari manfaat (sejumlah uang) yang ingin didapatkan oleh tertanggung pada jangka waktu yang telah disepakati sebelumnya. Waktu pembayaran premi tergantung pada waktu yang telah disepakati antara tertanggung dengan pihak perusahaan asuransi, pembayaran ini dapat dilakukan tiap bulan, tiap tahun atau waktu lainnya. Terdapat pula premi yang sekali bayar atau premi yang dibayarkan sekali saja di awal bergabungnya tertanggung di perusahaan asuransi tersebut. Premi ini sering disebut dengan Net Single Premi (NSP). Premi dalam asuransi memiliki fungsi untuk mengembalikan tertanggung pada posisi ekonomi seperti sebelum terjadi kerugian dan dari kebangkrutan. Unsur-unsur penentuan tarif premi asuransi secara umum adalah kemungkinan terjadinya kerugian, value judgement dan policy dari pemerintah. Faktor yang dipertimbangkan dalam penentuan tarif premi asuransi adalah

macam barang yang diasuransikan, kondisi 3 pertanggungan, macam alat pengangkut barang yang diasuransikan, serta jangka waktu pertanggungan. Prinsip perhitungan premi yang digunakan oleh perusahaan asuransi yang paling sederhana adalah dengan menghitung nilai ekspektasi dari resiko atau kerugian yang nantinya akan dijamin oleh perusahaan asuransi. Untuk menghitung nilai ekspektasi ini, maka perlu diketahui distribusi data kerugian atau risiko yang dijamin oleh asuransi tersebut, data ini biasanya berupa data klaim asuransi yang diajukan oleh pemegang polis asuransi setiap waktu atau dapat pula berupa data klaim yang dibayarkan perusahaan asuransi kepada pemegang polis yang mengajukan klaim. Namun, terkadang tidak ada kesepakatan (konsensus) antara perusahaan asuransi dengan pemegang polis mengenai distribusi dari data klaim asuransi tersebut, sehingga perusahaan asuransi membuat keputusan untuk menambahkan suatu loading pada risiko tersebut, sehingga tidak akan terjadi kerugian pada perusahaan asuransi tersebut serta tetap dapat memenuhi klaim pemegang polis setiap kali pemegang polis tersebut mengajukan klaim, begitu juga nilai premi yang ditetapkan tersebut tidak akan merugikan pemegang polis asuransi.

Menurut Alma (2011:52), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang di pengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan proses sehingga membentuk suatu sikap pada

konsumen untuk mengelola segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan di beli.

PT. Asuransi Ramayana Tbk. Didirikan pada tanggal 6 Agustus 1956 dengan Akta Notaris Raden Meester Soewandi No. 14 dan disahkan dengan Penetapan Menteri Kehakiman Republik Indonesia tanggal 15 September 1956 No. J.A.5/67/16 dengan nama PT. Maskapai Asuransi Ramayana. Tujuan didirikannya perusahaan asuransi tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan proteksi atas barang-barang impor dan ekspor NV. Agung yang saat itu dipimpin oleh F.S. Harjadidan R.G. Doeriat. Nama PT. Asuransi Ramayana mulai digunakan setelah diadakan perubahan nama dengan Akta Notaris Muhani 2 Salim, SH No. 95 dan disahkan dengan Keputusan Menteri Kehakiman No. C.2.5040-HT01.04.TH 86 tanggal 19 Juli 1986 PT. Asuransi Ramayana,Tbk adalah salah satu perusahaan asuransi di Indonesia yang memiliki beberapa produk asuransi, diantaranya : properti, kendaraan, pengangkutan, rekayasa, syariah, dan lain-lain. Perusahaan dan entitas anaknya selanjutnya disebut "Grup". Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jalan Kebon Sirih No. 49, Jakarta. Perusahaan memiliki 30 cabang yang terletak di beberapa kota di Indonesia. Salah satu yang ada di JL. Kapten A. Rivai, No.106, Sungai Pangeran, Ilir Timur. I Kota Palembang, sumatera selatan.

Kepercayaan merupakan konsep multidimensional yang dapat dipelajari dari berbagai sudut pandang disiplin ilmu, termasuk psikologi sosial, sosiologi, ekonomi, dan pemasaran. Kepercayaan merupakan salah

satu pondasi utama dalam dunia bisnis. Membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah menjadi faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya, dan loyalitas. Persaingan antar perusahaan jasa asuransi semakin sengit karena banyaknya asuransi sejenis dengan menawarkan berbagai macam jenis produk mulai dari Asuransi kerugian dan Asuransi kesehatan perorangan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide-ide. Menurut Kotler dan Keller (2012:325). Harga yang efisien yang dapat di jangkau oleh semua kalangan dan segmentasi pelanggan dengan substansi menarik pelanggan sebanyak-banyaknya agar perusahaan jasa semakin berkembang. Menurut Shinta (2011:105) Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna petukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan konsumen.

**DATA JUMLAH PRODUK PERIODE 2017 – 2020  
PT ASURANSI RAMAYANA TBK CABANG KOTA PALEMBANG**

TAHUN	PRODUK KEBAKARAN				PRODUK KENDARAAN				PRODUK ANGKUTAN				NASABAH
	GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3	GRUP 4	GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3	GRUP 4	GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3	GRUP 4	
2017	16	63		34	209	37	5	73		53	3	19	512
2018	13	82		29	10				6	37		17	194
2019	14	58	126	34				5	17	59			313
2020	28	60	196	43				15	54	81			477
<b>JUMLAH</b>	<b>71</b>	<b>263</b>	<b>322</b>	<b>140</b>	<b>219</b>	<b>37</b>	<b>5</b>	<b>93</b>	<b>77</b>	<b>230</b>	<b>3</b>	<b>36</b>	<b>1496</b>

**Tabel 1.1**

*Data primer yang diolah PT Asuransi Ramayana Tbk, Tahun 2021*

Dilihat dari Tabel 1.1. Jumlah Nasabah pada tahun 2017 sebesar 512 orang Sedangkan pada tahun 2018 Mengalami penurunan yang sangat drastis sebesar 194 orang nasabah saja, dikarenakan tingkat kepercayaan nasabah menurun. Adanya Keterlambatan proses klaim produk kendaraan mengakibatkan nasabah mengeluh dan seringkali protes .

Dari beberapa produk pada tabel diatas, menunjukkan bahwa peminat produk kebakaran lebih banyak dibandingkan pada produk-produk lain, dikarenakan harga yang ditawarkan untuk produk asuransi kebakaran lebih murah dibandingkan dengan produk-produk lainnya. Maka dari itu PT. Asuransi Ramayana Tbk, harus lebih memperhatikan ketertarikan nasabah dan lebih peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh nasabah, tidak menutup kemungkinan Dikarenakan: Kurangnya tingkat kepercayaan nasabah, produk yang kurang bervariasi dan harga yang kurang diminati nasabah. Dari Uraian diatas peneliti Melakukan penelitian dengan Judul **“Pengaruh Tingkat Kepercayaan Nasabah, Jenis Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Asuransi Ramayan Tbk Cabang Kota Palembang”**.



## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka Peneliti Mencoba perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Sebagai Berikut :

1. Apakah Tingkat Kepercayaan Nasabah, Jenis Produk dan Harga berpengaruh Secara Simultan terhadap Keputusan pembelian produk pada PT. Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang?
2. Apakah Tingkat Kepercayaan Nasabah berpengaruh Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian produk pada PT. Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang?
3. Apakah Jenis Produk berpengaruh Secara Parsil terhadap Keputusan Pembelian produk pada PT. Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang?
4. Apakah Harga berpengaruh Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian produk pada PT. Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Tingkat kepercayaan Nasabah, Jenis produk dan Harga berpengaruh Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang

2. Untuk mengetahui pengaruh Tingkat Kepercayaan Nasabah Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh Jenis Produk Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang

#### 1.4. **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan Manfaat sebagai berikut:

##### 1. Bagi Peneliti

Untuk membahas ilmu pengetahuan dan penerapan teori yang di peroleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang pengaruh Tingkat Kepercayaan, Jenis produk dan Harga dan implikasinya pada keputusan pembelian.

##### 2. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian diharapkan mampu memberikan masukan dan informasi baru bagi perusahaan dalam meningkatkan Tingkat kepercayaan, Jenis Produk dan Harga agar menciptakan keputusan pembelian konsumen pada PT Asurransi Ramayana Tbk

### 3. Bagi Akademik

Dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam ilmu pengetahuan dan dapat menambah koleksi di perpustakaan Universitas Tridianti Palembang.

Sebagai referensi penelitian dimasa yang akan datang dan diharapkan menjadi dokumen akademik untuk pembelajaran di bidang manajemen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah,Thamrin dan Tantri, Francis (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta;Kharisma Putra Utama Offset
- Alma,Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.Bandung;Alfabeta.
- Alma,Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Donni Junni,Priansa (2017). *Prilaku Konsumen dalam Bisnis kontenporer*. Bandung:Alfabeta
- Ghozali,Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler,P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler,P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12 penerbit Erlangga
- Kotler,Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler,Philip and Kevin Lane Keller. (2016) *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Maharani,Astri Dhiah.(2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*.Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Skripsi : Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Oentoro,Deliyanti.(2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Philip,Kotler dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta;PT Indeks
- Philip,Kotler dan Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Solihin, Ismail. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta;Erlangga.

Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset:Yogyakarta.

Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis (Edisi 2)*. Jakarta: Rajawali Pers.