

**PENGARUH FAKTOR PERILAKU KONSUMEN DI CONDONGCATUR TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA ASURANSI PENDIDIKAN**

JURNAL SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Uyun Nur Rohmah
Nomor Mahasiswa : 12313203
Program Studi : Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

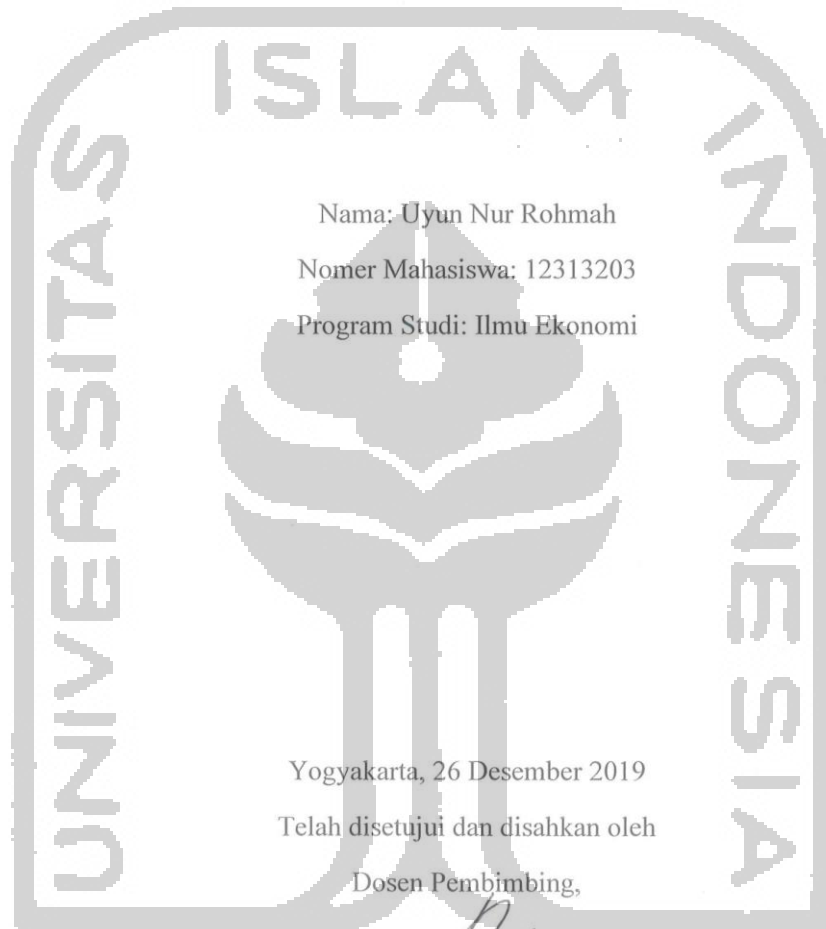
FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH FAKTOR PERILAKU KONSUMEN DI CONDONGCATUR
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA ASURANSI
PENDIDIKAN**



Nama: Uyun Nur Rohmah

Nomer Mahasiswa: 12313203

Program Studi: Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, 26 Desember 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Bakti Hendri Anto', is written over the printed name below.

M. Bakti Hendri Anto, S.E., M.Sc.

ABSTRAK

Asuransi pendidikan adalah sebuah produk asuransi yang mana sebagai pemilik polis, memiliki kewajiban untuk membayar premi yang nantinya akan digunakan sebagai jaminan biaya pendidikan untuk anak (pihak terjamin) sekaligus berguna layaknya asuransi jiwa bagi anaknya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen di Condongcatur yang menggunakan jasa asuransi pendidikan. Penelitian ini diamati dengan pendekatan kuantitatif. Data primer yang dikumpulkan dengan metode kuesioner dan dianalisis menggunakan metode analisis. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang secara acak sesuai dengan jenis pekerjaan. Metode pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas, reabilitas dengan menggunakan SPSS dan Eviews dengan alat analisis regresi linier berganda menggunakan uji statistik dan uji asumsi klasik.

Kesimpulan hasil analisis data yang telah dilakukan bahwa faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan asuransi pendidikan di Yogyakarta.

Kata kunci: Asuransi, Asuransi pendidikan, Perilaku konsumen.



PENDAHULUAN

Perusahaan asuransi adalah lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam bidang jasa dalam mengatasi risiko yang terjadi di masa yang akan datang. Dimana produk asuransi memberikan banyak keuntungan baik untuk kelangsungan hidup perseorangan, masyarakat maupun perusahaan dalam kehidupan sehari-hari.

Dilihat dari segi hukum, asuransi merupakan suatu perjanjian antara pihak penanggung (perusahaan asuransi) dengan pihak tertanggung (konsumen), sedangkan bila ditinjau dari segi ekonomi, asuransi merupakan suatu lembaga keuangan karena melalui asuransi dapat dihimpun dana yang cukup besar dan selanjutnya dapat dimanfaatkan bagi masyarakat. Semakin maju suatu negara maka meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan berasuransi juga semakin bertambah. Setidaknya ada tiga hal yang menyebabkan masyarakat menjadikan asuransi sebagai investasi, yaitu pendidikan, kesehatan, kendaraan dan pensiun.

Salah satu produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi adalah Asuransi Pendidikan. Produk ini muncul seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat atas pendidikan. Kebutuhan setiap orang tua untuk menyiapkan pendidikan dengan kualitas terbaik bagi anaknya menyebabkan asuransi pendidikan menjadilah satu alternatif pembiayaan pendidikan. Hal ini juga memicu maraknya promosi produk asuransi pendidikan oleh perusahaan asuransi selakumedia perantara. Perusahaan asuransi melihat peluang untuk menjual produk asuransi pendidikan semakin besar khususnya di kalangan masyarakat menengah. Selain karena menyadari pentingnya arti pendidikan bagi anak-anak, mereka juga menyadari biaya pendidikan pada masa mendatang akan semakin berat.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui apa yang menyebabkan masyarakat tidak menggunakan asuransi, jika dilihat dari latar belakang masyarakat berdasarkan tingkat pendidikan, apa yang menyebabkan mereka menggunakan asuransi atau sejauh mana hubungan keluarga, kondisi ekonomi bahkan kepercayaan pada jasa asuransi saat ini.

Alasan seseorang menggunakan produk asuransi tertentu merupakan faktor yang sangat penting karena untuk memberikan produk jasa asuransi tersebut agar sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga perusahaan harus meningkatkan kepekaannya terhadap perkembangan lingkungan yang sangat pesat, contohnya keadaan ekonomi yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan produk asuransi tersebut. Tetapi perilaku konsumen yang sering terjadi adalah memilih asuransi yang sesuai dengan daya beli dan kebutuhan masing-masing.

Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada suatu pembelian, maka harus diketahui perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu sangat penting mengetahui perilaku-perilaku konsumen dalam pembelian asuransi pendidikan tersebut. Dalam penelitian ini penulis menyebutkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu: faktor sosial, faktor budaya dan faktor pribadi.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka terdapat beberapa masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor sosial terhadap keputusan menggunakan jasa Asuransi pendidikan?
2. Bagaimana pengaruh faktor budaya terhadap keputusan menggunakan jasa Asuransi pendidikan?

3. Bagaimana pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan menggunakan jasa Asuransi pendidikan?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan menggunakan jasa asuransi pendidikan.
2. Mengetahui pengaruh faktor budaya terhadap keputusan menggunakan jasa asuransi pendidikan.
3. Mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan menggunakan jasa asuransi pendidikan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Anshori (2009) penelitian kuantitatif merupakan penelitian terstruktur dan mengkuantifikasikan data agar dapat digeneralisasikan. Alat statistik yang digunakan dalam regresi adalah SPSS dan Eviews.

JENIS DAN SUMBER DATA

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini maka penulis menggunakan jenis data sebagai berikut:

- a. Data Kualitatif.

Data yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada sejumlah responden mengenai keterangan-keterangan secara tertulis mengenai faktor perilaku konsumen di Condongcatur terhadap keputusan menggunakan jasa Asuransi Pendidikan.

- b. Data Kuantitatif.

Data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung. Data ini diperoleh dari perhitungan kuesioner yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu:

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh dengan mengumpulkan langsung dari objek penelitian, yaitu menyebarkan secara langsung kuesioner kepada responden terpilih.
- b. Data Sekunder yaitu data yang berupa informasi yang dapat diperoleh dari perusahaan, internet, majalah, koran, dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

VARIABEL PENELITIAN

Definisi variabel penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Faktor Sosial (X ₁)	Interaksi yang cukup berkesinambungan seperti keluarga, teman, tetangga	<ul style="list-style-type: none"> • Kelompok referensi • Keluarga
Faktor Budaya (X ₂)	Faktor penentu paling dasar adalah dari konsumen serta memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik	<ul style="list-style-type: none"> • Kebudayaan • Subbudaya • Kelas sosial
Faktor Pribadi	Dibentuk oleh tahapan siklus keluarga, kelompok	<ul style="list-style-type: none"> • Umur • Pekerjaan

(X ₃)	pekerja yang memiliki minat terhadap produk, serta gaya hidup yang mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang	<ul style="list-style-type: none"> • Gaya Hidup
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan konsumen sebagai pengguna jasa Asuransi Pendidikan atau bukan pengguna jasa Asuransi Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengambilan keputusan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap dan pendapat responden. Nama skala ini diambil dari nama penciptanya yaitu Rensis Likert, seorang ahli psikologi sosial di Amerika Serikat. Tingkat persetujuan yang dimaksud dalam skala Likert ini terdiri dari 5 pilihan skala, diantaranya adalah:

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| 1 = Sangat Tidak Setuju | 4 = Setuju |
| 2 = Tidak Setuju | 5 = Sangat Setuju |
| 3 = Ragu-ragu | |

METODE ANALISIS DATA

Teknik Pengukuran Data

Dalam pengukuran Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen (faktor sosial, faktor budaya dan faktor pribadi) terhadap Keputusan Konsumen dalam menggunakan Jasa Asuransi Pendidikan di

Condongcatur, digunakan 5 skala tingkat (Likert). Cara pengukurannya adalah menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan pengukuran data ordinal dengan bobot hitung sampai 5, dengan kategori sebagai berikut:

- a. Sangat setuju dengan point 5.
- b. Setuju dengan point 4.
- c. Ragu-ragu dengan point 3.
- d. Tidak setuju dengan point 2.
- e. Sangat tidak setuju dengan point 1.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu alat pengukur itudapat mengukur apa yang ingin diukur (Umar,2004: 133). Peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data penelitiannya, maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. Instrument dikatakan valid apabila t hitung lebih besar ($>$) dari t tabel.Selain itu juga bisa dilihat dari nilai signifikannya. Jika nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 maka instrument tersebut dikatakan tidak valid. Sebaliknya,jikanilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka instrument tersebut dapat dikatakanvalid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana pengukuran darisuatu uji coba yang dilakukan tetap memiliki hasil yang sama meskipun dilakukan secara berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Instrumen pengukuran dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Dan dikatakan tidak reliabel

apabila pengukuran yang dilakukan secara berulang-ulang memberikan hasil yang relatif tidak sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien Cronbach Alpha (α). Apabila nilai α lebih besar dari 0,60 dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian reliabel (Nunnally, 1994 dalam Ghozali, 2011).

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Suatu analisis yang menguraikan tanggapan responden mengenai faktor perilaku konsumen terhadap keputusan dalam memilih jasa asuransi pendidikan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Suatu analisis untuk menganalisis pengaruh faktor perilaku konsumen terhadap keputusan dalam memilih jasa asuransi pendidikan dengan menggunakan rumus yang dikutip dari buku Riduwan dan Akdom (2007:142) yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian,

X1 = Faktor Sosial,

X2 = Faktor Budaya,

X3 = Faktor Pribadi,

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi,

E = Standar error.

Analisis Regresi Logistik

Menurut Nachrowi dan Usman (2002), model logit pada prinsipnya adalah Model Non-linear baik dalam parameter maupun dalam variabel.

Metode logit digunakan apabila independent dan variabel dependentnya merupakan variabel kategori. Bila jumlah kategori untuk variabel dependent lebih dari 2, maka metode logit dinamakan dengan Model Multinomial Logit. Dengan menggunakan model ini dapat diketahui apakah ada pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent.

Uji Hipotesis

Suatu analisis untuk menguji pengaruh faktor perilaku konsumen terhadap keputusan dalam memilih jasa asuransi pendidikan dengan menggunakan uji t dan uji F.

a. Uji t

Pada tahapan ini dilakukan pengujian pengaruh masing-masing variabel bebas yang terdapat pada model yang terbentuk untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang ada pada model secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan pada model secara individual. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai probabilitas (P value) < alpha 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara parsial.

b. Uji F

Pada tahapan ini dilakukan pengujian terhadap variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Dengan demikian akan dapat diketahui model hubungan fungsional antara variabel tidak bebas (dependent variable) dengan variabel bebasnya (independent variable) yang terbentuk pada penelitian ini. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai probabilitas (P

value) $< \alpha 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi dapat menerangkan variabel terikat secara serempak.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen (Ghozali, 2006).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mendeteksi apakah metode OLS menghasilkan estimator yang BLUE, sehingga tidak ada gangguan dalam OLS seperti masalah multikolinieritas, masalah Heterokedastisitas, dan masalah autokorelasi sehingga uji t dan uji F menjadi valid.

a. Uji Multikolinieritas

Masalah multikolinieritas merupakan suatu masalah dimana adanya hubungan antar variabel independen. Tetapi masih menghasilkan estimator yang BLUE, dan mempunyai varian yang besar.

Untuk menguji ada tidaknya masalah multikolinieritas ada beberapa metode yang dapat digunakan yaitu metode nilai R^2 tinggi tetapi hanya sedikit variabel independen yang signifikan, metode korelasi parsial antar variabel independen, metode regresi auxiliary, metode klien, dan metode variance inflation factor dan tolerance. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Uji Korelasi Parsial Antar variabel Independen. Uji ini dilakukan dengan cara menguji koefisien

korelasi (r) antar variabel independen. Jika nilai $r > 0,85$, maka model tersebut mempunyai masalah multikolinieritas antar variabel independen, sebaliknya jika nilai $r < 0,85$ maka model tersebut tidak mempunyai masalah multikolinieritas antar variabel independen (Agus Widarjono, 2013 : 104).

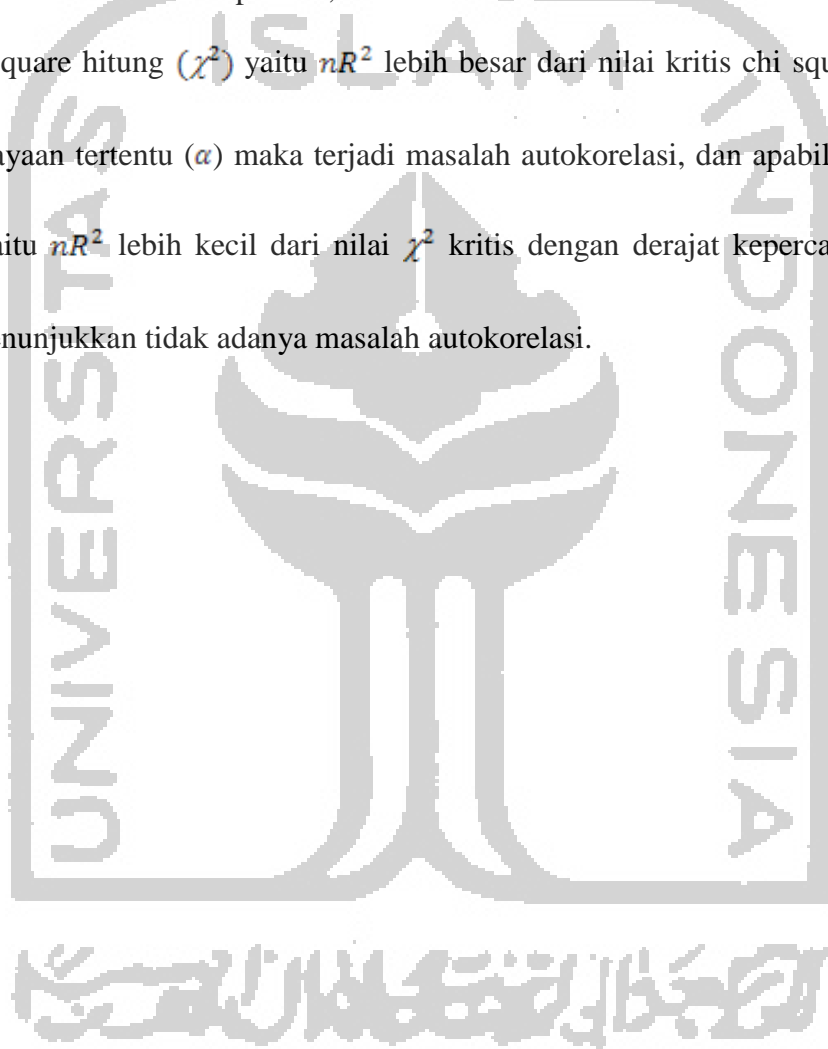
b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan salah satu asumsi klasik yang menunjukkan bahwa residualnya mempunyai varian tidak konstan. Untuk menguji ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, antara lain metode Informal, Sketergram, metode Park, metode Glejser, metode Korelasi Spearman, metode GoldFeld-Quandt, dan metode White. Dari beberapa metode tersebut, peneliti akan menggunakan metode White. Metode White adalah sebuah metode yang tidak memerlukan asumsi tentang adanya normalitas pada variabel gangguan (Agus Widarjono, 2013 : 125). Apabila dengan menggunakan nilai chi square hitung (χ^2) yaitu nR^2 lebih besar dari nilai kritis chi squares (χ^2) dengan derajat kepercayaan tertentu (α) maka terjadi masalah heteroskedastisitas, dan apabila nilai chi square hitung (χ^2) yaitu nR^2 lebih kecil dari nilai χ^2 kritis dengan derajat kepercayaan tertentu (α) maka dapat menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Autokolerasi

Masalah autokolerasi merupakan kolerasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan variabel lainnya. Sedangkan salah satu asumsi penting metode OLS berkaitan dengan variabel gangguan adalah tidak adanya hubungan antara variabel gangguan satu dengan variabel gangguan lainnya (Agus Widarjono, 2013: 137).

Untuk menguji ada tidaknya masalah autokorelasi dapat dilakukan dengan dua metode, yaitu metode Durbin Watson (uji DW), dan metode Breusch Godfrey (Uji LM). Dari dua metode tersebut, peneliti menggunakan metode Breusch Godfrey (Uji LM). Metode Breusch Godfrey (Uji LM) ini dilakukan dengan cara melakukan regresi residual dengan variabel independen. Jika ada lebih dari satu variabel independen, maka harus memasukkan semua variabel independen. Jika nilai chi square hitung (χ^2) yaitu nR^2 lebih besar dari nilai kritis chi squares (χ^2) dengan derajat kepercayaan tertentu (α) maka terjadi masalah autokorelasi, dan apabila nilai chi square hitung (χ^2) yaitu nR^2 lebih kecil dari nilai χ^2 kritis dengan derajat kepercayaan tertentu (α) maka dapat menunjukkan tidak adanya masalah autokorelasi.



PEMBAHASAN

Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi Pendidikan

Hasil penelitian membuktikan faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan. Semakin tinggi faktor sosial akan meningkatkan keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan.

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok acuan, keluarga peranan dan status.

Kelompok acuan seseorang, terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan adalah kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi dengan seseorang secara terus-menerus dan informal. Orang juga menjadi anggota kelompok sekunder, seperti kelompok keagamaan, profesional dan asosiasi perdagangan, yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin. Orang juga dipengaruhi oleh kelompok di luar kelompok mereka. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok acuan pelanggan mereka.

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga orientasi terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Dari orang tua, seseorang mendapatkan

orientasi atas agama, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi, yaitu pasangan dan anak-anak seseorang. Pemasar tertarik pada peran dan pengaruh relatif suami, istri, dan anak-anak dalam membeli beragam produk dan jasa. Pemasar perlu menentukan anggota mana yang biasanya memiliki pengaruh yang lebih besar dalam memilih produk.

Seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, dalam keluarga maupun organisasi. Posisi seseorang dalam tiap-tiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi perilaku pembeliannya. Setiap peran memiliki status. Orang akan memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat. Pemasar menyadari potensi simbol status dari barang dan jasa

Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi Pendidikan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan. Semakin tinggi faktor budaya akan meningkatkan keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan.

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Peran budaya, sub-budaya dan kelas sosial pembeli sangatlah penting. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain. Sub-budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis. Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Pada dasarnya semua masyarakat mempunyai strata sosial. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial. Kelas adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkhis dan memiliki anggota dengan nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan dan tempat tinggal. Kelas sosial berbeda dalam busana, cara berbicara, preferensi rekreasi, dan banyak ciri lain.

Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi Pendidikan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan. Semakin tinggi faktor pribadi akan meningkatkan keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan. Faktor pribadi merupakan suatu cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Keputusan seseorang untuk membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang unik dari masing-masing individu, seperti jenis kelamin, usia dan tahapan dalam siklus hidup, kepribadian, konsep diri dan gaya hidup.

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap pakaian, makanan, perabot, rekreasi juga akan berhubungan dengan usia. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Gaya Hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Pemasar mencari hubungan antara produk mereka dengan gaya hidup kelompok. Kepribadian dan

konsep diri. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan. Semakin tinggi faktor sosial akan meningkatkan keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan. Semakin tinggi faktor budaya akan meningkatkan keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan. Semakin tinggi faktor pribadi akan meningkatkan keputusan masyarakat menggunakan jasa asuransi pendidikan.

Implikasi

1. Dari hasil olah data dan kesimpulan yang ada, maka implikasi yang dapat diambil, dari hasil penelitian terbukti bahwa faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan asuransi pendidikan di Yogyakarta.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dalam penelitian ini penggunaan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan asuransi Syariah di Yogyakarta masih terbatas. Maka peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan variabel lain agar lebih varian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. Metode Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasyim, A. Ali. 1993. Pengantar Asuransi. Edisi Pertama. Jakarta: Bumi Aksara.
- Deni, “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Jambi”. Jambi: Program Pascasarjana IAIN STS Jambi, Skripsi. 2008.
- Sri, Hermawati. Dosen Universitas Gunadarma. “Pengaruh Gender, Tingkat Pendidikan Dan Usia Terhadap Kesadaran Berasuransi Pada Masyarakat Indonesia”. Asuransi Dan Manajemen Risiko Volume 1 Nomor 1, Jurnal. 2013.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang:Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kurniawan, Irwan. 1995. Asuransi dan Riba. Bandung: Pustaka Hidayah
- Wirjono, Prodjodikoro. 1987. Hukum Asuransi di Indonesia. Jakarta: Internasa
- Maharani, Putu Veyna. 2015. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Masyarakat Kota Singaraja memiliki Program Asuransi Unitlink. Singaraja: Jurnal.