

**Analisis Sikap Nasabah Asuransi Kendaraan
Bermotor Roda Dua Pada PT. Asuransi Jasindo
Cabang Yogyakarta**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana
Strata – 1 di program studi manajemen**

Oleh :

NURVITA HAIRANI

**No. Mhs : 98. 311. 613
Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2004**

**Analisis Sikap Nasabah Asuransi Kendaraan
Bermotor Roda Dua Pada PT. Asuransi Jasindo
Cabang Yogyakarta**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana
Strata -- 1 di program studi manajemen**

Oleh :

NURVITA HAIRANI

**No. Mhs : 98. 311. 613
Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2004**

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

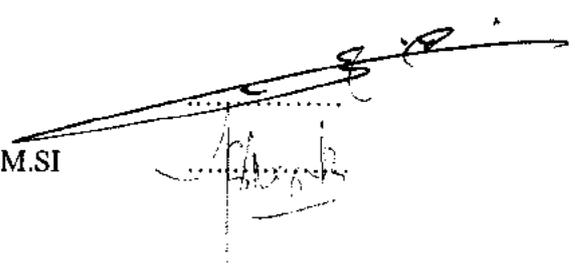
**ANALISIS SIKAP NASABAH ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR RODA DUA
PADA PT. ASURANSI JASINDO CABANG YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh: NURVITA HAIRANI
Nomor mahasiswa: 98311613**

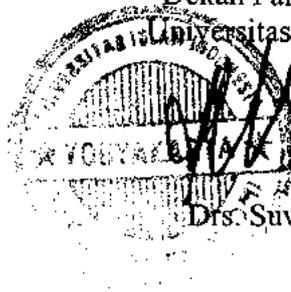
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 8 Juni 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. ALBARI, M.SI

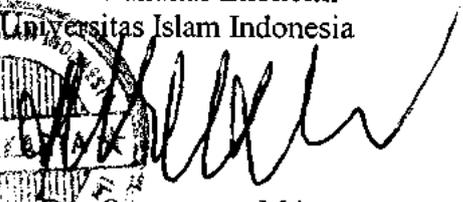
Penguji : DRA. BUDI ASTUTI, M.SI



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA



HALAMAN PENGESAHAN

**Analisis Sikap Nasabah Asuransi Kendaraan
Bermotor Roda Dua Pada PT. Asuransi Jasindo
Cabang Yogyakarta**

Oleh :

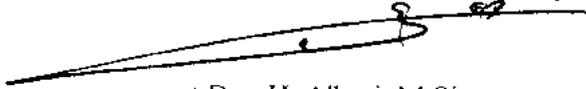
NURVITA HAIRANI

No. Mns : 98. 311. 613

Program Studi : Manajemen

Yogyakarta, *29/09/2009*
Telah disetujui dan disyahkan oleh
Dosen Pembimbing

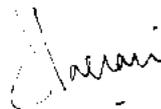
Amirudin


(Drs. H. Albari, M.Si)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 17 maret 2004
Penulis,



(Nuryita Hairani)

MOTTO

*Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidup & matiku
hanya untuk Allah, Tuhan semesta alam (Al 'An'aam, 162)*

*'ALLAH tidak memandang Harta dan Rupamu tetapi memandang
Hati dan Amalanmu' (Sabda Rasulullah SAW)*

*'Kebahagiaan datang jika kita berhenti mengeluh tentang kesulitan-
kesulitan yang kita hadapi dan mengucapkan terima kasih atas
kesulitan-Kesulitan yang tidak menimpa kita' (Ivanovzky)*

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan :

Dengan rasa hormat dan untuk yang tercinta Bapak dan mama yang merupakan kekuatan yang besar dalam hidup ku.

Telaga kasih yang tak pernah kering.

Adik-adikku tersayang, suami dan anakku tercinta kalian adalah motivasiku.

Untuk Almamater dan masa depanku...

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Rabbil'alamin. Puji syukur kehadiran Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tanpa halangan sesuatu apapun.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafa'atnya besok di yaumul kiaamah.

Sungguh banyak rintangan dan hambatan yang dihadapi penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini, namun semua itu menjadi sebuah pengalaman dan tantangan tersendiri untuk dapat menyelesaikannya dengan baik. Penulis yakin bahwa dimana ada kemauan pasti ada jalan keluar. Dengan usaha dan sportifitas serta petunjuk dari Allah SWT, sesuatu yang sulit sekalipun Insya Allah dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis dalam menyusun skripsi ini tentunya tak bisa lepas dari berbagai pihak yang telah dengan tulus hati memberikan bimbingan

dan batuan berupa dukungan, kritik dan saran maupun doa yang begitu besar manfaatnya bagi penulis. Untuk itu perkenankanlah pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Albari, MSi selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukan beliau, untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen dan Karyawan dilingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Jogjakarta atas segala pengetahuan yang telah diberikan selama ini.
4. Kedua orang tua saya, yang telah memberikan kasih sayang, bimbingan, serta doa yang tulus dan ikhlas.
5. Kedua adikku, Kurniawan Wiratmoko dan Rahma Suciati yang selalu memberikan semangat dan dorongan.
6. Ibu Paramida yang telah memberikan doa, kasih sayang, serta dorongan.

7. Suamiku tercinta Ari Nugroho, SE yang telah meberikan kasih sayang dan dorongan.
8. Anakku tersayang, Rafie Agung Nugroho. Jadi anak baik ya!
9. Anak singo, ibu-ibu PKK, Bali 16, Banjarmasin Club. Terima kasih atas pengalaman yang luar biasa.
10. Teman-temaku yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang juga telah membantu penulis Thank you all.

Semoga ALLAH SWT berkenan membalas budi baiknya

Akhirnya penulis hanya bisa mengucapkan Jaza kumullah ahsanal jaza .

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Amien
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jogjakarta, April 2004

Penulis

(Nurvita Hairani)

DAFTAR ISI

Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Motto.....	iv
Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Intisari.....	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2. PERUMUSAN MASALAH.....	5
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.5. MANFAAT PENELITIAN.....	6

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1. PERILAKU KONSUMEN.....	7
2.2. TEORI PERILAKU KONSUMEN.....	11
2.3. SIKAP KONSUMEN.....	14
2.3.1. Sifat-sifat Sikap Konsumen.....	14

2.3.2.	Komponen Sikap.....	15
2.3.3.	Peran Evaluasi Merek.....	16
2.4.	HUBUNGAN ANATARA KEPERCAYAAN DAN SIKAP.....	16
2.5.	MODEL SIKAP KONSUMEN.....	17
2.6.	HUBUNGAN ANTARA SIKAP DAN PERILAKU.....	23
2.7.	HIPOTESIS.....	26

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1.	POPULASI DAN SAMPEL.....	27
3.2.	METODE PENGUMPULAN DATA.....	29
3.3.	LOKASI PENELITIAN.....	31
3.3.1.	Wilayah Penelitian.....	31
3.3.2.	PT. Asuransi Jasindo.....	31
3.4.	ANALISIS DATA.....	32

BAB IV. ANALISA DATA.

4.1.	PENDAHULUAN.....	37
4.2.	ANLISIS DESKRIPTIF.....	38
4.3.	ANALISIS DATA.....	41
4.3.1.	Nilai Sumbangan Atribut Dalam Membeli Jasa Asuransi Jasindo Pada Faktor-faktor Sikap.....	41
4.3.2.	Analisis Sikap Konsumen.....	73
4.3.3.	Analisis Pengaruh Faktor-faktor Sikap.....	75

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN.....	74
5.2. SARAN.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	40
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Tabel 4.5. Keyakinan Responden Menurut Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.6. Keyakinan Responden Menurut Usia.....	46
Tabel 4.7. Keyakinan Responden Menurut Pekerjaan.....	48
Tabel 4.8. Keyakinan Responden Menurut Pendapatan.....	50
Tabel 4.9. Evaluasi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.10. Evaluasi Responden Menurut Usia.....	54
Tabel 4.11. Evaluasi Responden Menurut Pekerjaan.....	56
Tabel 4.12. Evaluasi Responden Menurut Pendapatan.....	58
Tabel 4.13. Sikap Responden Menurut Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.14. Sikap Responden Menurut Usia.....	62
Tabel 4.15. Sikap Responden Menurut Pekerjaan.....	64
Tabel 4.16. Sikap Responden Menurut Pendapatan.....	66
Tabel 4.17. Nilai Sikap Responden.....	68
Tabel 4.18. Hasil Analisis Regresi Keyakinan Dan Evaluasi Terhadap Sikap.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Angket Pertanyaan	77
Lampiran 2	: Data Induk Analisis	82
Lampiran 3	: Hasil Perhitungan Regresi	87
Lampiran 4	: Hasil Perhitungan Report	117
Lampiran 5	: Hasil Perhitungan Uji Kruskal-Wallis	129

INTISARI

Sikap konsumen untuk menjadi nasabah asuransi sangat penting untuk diketahui. Karena hal itu dapat dijadikan bahan pertimbangan terutama bagi perusahaan asuransi untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan. Untuk itu dalam penelitian ini mencoba mengetahui pengaruh kepercayaan dan evaluasi terhadap sikap nasabah dalam menggunakan jasa asuransi.

Data diperoleh melalui teknik kofinien atau *convenience sampling* dari 33 responden yang menjadi nasabah dalam menggunakan asuransi PT. Asuransi Jasindo. Hipotesis diuji melalui pendekatan model analisis regresi bergand dan koefisien determinan, yang dikuatkan dengan uji-T pada taraf sigifikansi 5% serta melalui pendekatan uji Kruskal-wallis dengan hasil sebagai berikut, Tidak ada perbedaan keyakinan, evaluasi dan sikap konsumen berdasarkan karakteristik; jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan karena nilai Chi-Square hitung (χ^2_{hitung}) < χ^2 tabel atau nilai probabilitasnya > 5%.

Dengan pendekatan uji T dapat diketahui bahwa variabel keyakinan yang berpengaruh dengan sikap konsumen terdapat pada atribut (Mendapatkan bonus atas premi yang anda beli dari PT. Asuransi Jasindo pada saat-saat tertentu, Mendapatkan layanan produk jasa asuransi dengan pembayaran atas premi yang dibayarkan dengan baik, Mendapatkan pelayanan yang cepat dan baik, mendapatkan ruangan yang nyaman, Mendapatkan layanan jasa asuransi dengan pelayanan yang ramah, Tempat parkir PT. Asuransi Jasindo cukup luas dan aman.), sementara yang lainnya kurang berpengaruh terhadap sikap konsumen.

Dan variabel evaluasi yang berpengaruh dengan sikap konsumen terdapat pada atribut (Mendapatkan layanan pendukung yang lainnya seperti penyediaan ruang tunggu yang baik, dan mendapatkan ruangan yang nyaman.), sementara yang lainnya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen, karena nilai probabilitasnya > 0.05.

Hasil penelitian menunjukkan dari analisis sumbangan rata-rata masing-masing atribut keyakinan, evaluasi, dan sikap dapat diketahui bahwa atribut mendapatkan layanan pendukung lainnya seperti penyediaan ruang tunggu yang baik merupakan atribut yang paling diyakini oleh konsumen. Secara keseluruhan atribut faktor keyakinan dan evaluasi secara serentak berpengaruh terhadap sikap secara signifikan, karena nilai sig (prob) R^2 lebih kecil dari 0.05, dapat diketahui bahwa keyakinan dan evaluasi masing-masing atribut memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap konsumen PT. Asuransi Jasindo, kecuali pada faktor-faktor keyakinan dan evaluasi mendapatkan layanan jasa asuransi dengan harga premi yang rendah, keyakinan dan evaluasi mendapatkan bonus atas premi yang dibeli dari PT. Asuransi Jasindo pada saat-saat tertentu, keyakinan dan evaluasi mendapatkan layanan produk jasa asuransi dengan pembayaran atas premi yang dibayarkan dengan baik seperti mendapatkan asuransi yang terbaik.

Dengan demikian karena faktor atribut yang lain pada PT. Asuransi Jasindo Yogyakarta dianggap setara atau sama dengan Jasa Asuransi yang lain, sehingga PT. Asuransi Jasindo perlu mempertahankan atribut-atribut tersebut sebagai nilai keunggulan usaha.