

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DENGAN PENGETAHUAN SEBAGAI MODERATOR PADA PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE

Akwari¹

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Dewasa ini perusahaan asuransi di Indonesia berlomba-lomba untuk melakukan pendekatan kepada calon nasabah dengan mengerti indikator yang dapat membentuk keputusan pembelian polis asuransi jiwadiketahui juga masyarakat memiliki tingkat pengetahuan atau informasi yang beragam tentang produk asuransi, namun memiliki tingkat inklusi keuangan yang rendah hal ini membuat penulis tertarik untuk menulis apa yang menjadi dasar keputusan masyarakat untuk melakukan pembelian produk keuangan terutama dalam hal perasuransian melalui analisis pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian dengan pengetahuan sebagai moderator produk asuransi. Penelitian ini terdapat data-data yang telah penulis kumpulkan untuk mengukur pengaruh citra merek, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap industri asuransi dan tingkat pengetahuan untuk melihat dasar keputusan pembelian masyarakat membeli asuransi.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM), metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan data sehingga hasil dapat ditafsirkan. Berdasarkan analisis Penulis menemukan pengaruh variabel citra merek dan kepercayaan sebagai peluang mendukung pembelian, maka terdapat indikasi bahwa masyarakat lebih mempertimbangkan membeli polis asuransi jika ada pihak yang lebih dipercaya untuk menjelaskan mengenai produk asuransi Prudential. Penemuan lainnya bahwa semakin tinggi pengetahuan, nasabah tidak lagi melihat merek dalam memutuskan pembelian produk asuransi.

Kata kunci: asuransi, citra merek, kepercayaan, pengetahuan dan keputusan pembelian

¹ Jl. Imam Bonjol, Pontianak, Kalbar, 78124. Email: akwari.ins@gmail.com