

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

PT. Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada 1995 dan merupakan bagian dari Prudential PLC, yang menyediakan asuransi jiwa dan kesehatan serta manajemen aset, dengan berfokus di Asia dan Afrika. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Hingga 31 Desember 2022, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dengan 6 kantor pemasaran di Bandung, Semarang, Surabaya, Denpasar, Medan, dan Batam serta 356 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Indonesia. Sampai akhir 2022, didukung oleh lebih dari 150.000 Tenaga Pemasar berlisensi. Prudential Indonesia berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Prudential memiliki agency untuk perwakilan perusahaan dalam melayani para nasabah. Di Surabaya sudah terdapat 34 kantor pemasaran, salah satunya berada di Jl. Sutorejo Prima Utara 2, PDD 8, Kec. Mulyorejo Kota Surabaya yang berdiri pada tahun 2014.

4.1.1 Visi dan Misi PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang

Surabaya

Adapun visi dan misi dari PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Visi

Menjadi perusahaan Jasa Keuangan Ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan terbaik, produk berkualitas, staf serta tenaga pemasaran professional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan.

2. Misi

- 1) Memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat
- 2) Menyediakan jasa asuransi yang bermanfaat bagi masyarakat
- 3) Tumbuh dan berkembang bersama masyarakat
- 4) Mencapai keuntungan yang merata bagi seluruh pihak yang terkait dengan perusahaan

4.2 Gambaran Umum Responden

Pengambilan data dalam penelitian ini melibatkan nasabah PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Surabaya. Untuk penyebaran kuesionernya dilakukan dengan cara mengisi lewat *G-form*. Pembagian link kuesioner dilakukan secara langsung kepada responden yang datang ke kantor Prudential cabang Kota Surabaya, hal ini dimaksudkan agar lebih efektif untuk meningkatkan respon rate responden dalam penelitian ini, dengan mengambil sampel minimal sebanyak 96 responden sebagai syarat pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Namun, pada saat penyebaran kuesioner responden yang memenuhi kriteria sebagai nasabah yang berusia diatas 17 tahun dan nasabah asuransi jiwa PT Prudential Life

Assurance yang tidak pernah mengalami tunggakan premi asuransi sebanyak 115 responden dari 129 kuesioner yang disebar, maka total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 115 sampel/responden.

Diskripsi responden disajikan dalam penelitian ini untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden tersebut antara lain: jenis kelamin, umur responden, pendidikan responden, pekerjaan responden, pendapatan responden, dan wilayah tempat tinggal responden.

1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden pada nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Perempuan	58	50,43
Laki-laki	57	49,57
Jumlah	115	100

Sumber: Hasil Jawaban Responden, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang menggunakan jasa PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya yaitu perempuan 57 orang atau 49,57% dan laki-laki 58 orang atau 50,43%.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden pada nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
18-25 tahun	14	12,17
26-35 tahun	35	30,44
36-45 tahun	37	32,17
45 tahun keatas	29	25,22
Jumlah	115	100

Sumber: Hasil Jawaban Responden, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 diatas diketahui bahwa usia dari yang menggunakan jasa PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah dari usia 18 th s/d 25 th sebanyak 14 orang atau 12,17%, usia 26 th s/d 35 th sebanyak 35 orang atau 30,44%, usia 36 th s/d 45 th sebanyak 37 orang atau 32,17%, dan yang usianya >45 th adalah 29 orang atau 25,22%. Hal ini yang menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden yang menggunakan jasa PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya adalah antara 36 tahun s/d 45 tahun.

3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden pada nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
SMP/Sederajat	2	1,74
SMA/Sederajat	80	69,56
S1	32	27,83
S2	1	0,87
Jumlah	115	100

Sumber: Hasil Jawaban Responden, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa pendidikan dari nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya yang menjadi responden adalah Pendidikan SMP/Sederajat sebanyak 2 orang atau 1,74%, pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 80 orang atau 69,56%, pendidikan S1 sebanyak 32 orang atau 27,83%. dan S2 hanya 1 orang atau 0,87%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan dari nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya yaitu SMA/Sederajat.

4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden pada nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Pegawai Swasta	35	30,43
Wiraswasta	46	40,00
TNI/POLRI	18	15,65
PNS	16	13,92
Jumlah	115	100

Sumber: Hasil Jawaban Responden, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa pekerjaan dari nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya yang menjadi responden adalah Pegawai Swasta sebanyak 35 orang atau 30,43%, Wiraswasta sebanyak 46 orang atau 40%, TNI/POLRI sebanyak 18 orang atau 15,65%, dan Mahasiswa sebanyak 16 orang atau 13,92%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan dari nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya adalah wiraswasta.

5. Pendapatan Responden

Adapun data mengenai pendapatan responden pada nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pendapatan Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
< Rp 4.500.000	16	13,92
Rp 4.500.001 – Rp 7.000.000	37	32,17
Rp 7.000.001 – Rp 10.000.000	21	18,26
Rp 10.000.001 – Rp 15.000.000	35	30,43
>Rp 15.000.000	6	5,22
Jumlah	115	100

Sumber: Hasil Jawaban Responden, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.5 diketahui bahwa nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya adalah sebagai berikut: responden yang berpendapatan kurang dari Rp 4.500.000 sebanyak 16 responden atau 13,92%. Yang berpendapatan sebesar Rp 4.500.001 s/d Rp 7.000.000 sebanyak 37 responden atau 32,17%, responden yang berpendapatan sebesar Rp 7.000.001 s/d Rp 10.000.000 sebanyak 21 responden atau

18,26%, responden berpendapatan sebesar Rp 10.000.001 s/d Rp 15.000.000 sebanyak 35 responden atau 30,43%, responden berpendapatan sebesar lebih dari Rp 15.000.000 sebanyak 6 responden atau 5,22%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendapatan nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya adalah Rp. 4.500.000 s/d Rp 7.000.000.

6. Wilayah Tempat Tinggal Responden

Adapun data mengenai wilayah tempat tinggal responden pada nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Wilaya Tempat Tinggal

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Surabaya Pusat	11	9,57
Surabaya Utara	21	18,26
Surabaya Selatan	26	22,61
Surabaya Timur	15	13,04
Surabaya Barat	42	36,52
Jumlah	115	100

Sumber: Hasil Jawaban Responden, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa wilayah tempat tinggal dari nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya adalah berikut: responden yang bertempat tinggal di wilayah Surabaya Pusat sebanyak 11 responden atau 9,57%, responden yang bertempat tinggal di wilayah Surabaya Utara sebanyak 21 responden atau 18,26%, responden yang bertempat tinggal di wilayah Surabaya Selatan sebanyak 26 responden atau 22,61%, responden yang bertempat tinggal di wilayah Surabaya Timur sebanyak 15 responden atau 13,04%, dan responden yang bertempat tinggal

di wilayah Surabaya Barat sebanyak 42 responden atau 36,52%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar wilayah tempat tinggal responden dari nasabah PT. Prudential Life Assurance cabang Surabaya adalah Surabaya Barat.

4.3 Deskripsi Hasil Jawaban Responden

Dari pernyataan berikut ini digunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban serta rata-rata skor jawaban responden untuk masing-masing pernyataan variabel yang menggambarkan respon atau tanggapan responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan pada setiap variabel. Hasil rata-rata pernyataan tersebut diklasifikasikan dengan rentang skala sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Pembahasan hasil penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dengan mengkategorikan rata-rata atas jawaban responden tersebut dengan masing-masing indikator pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan. Untuk mengkategorikan rata-rata jawaban responden digunakan interval kelas yang dicari dengan rumus-rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Batasan nilai masing-masing kelas kategori yang dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Kategori Masing-Masing Variabel

Interval	KATEGORI	Nilai
$4,20 < a \leq 5,00$	Sangat Setuju (SS)	5
$3,40 < a \leq 4,20$	Setuju (S)	4
$2,60 < a \leq 3,40$	Netral (N)	3
$1,80 < a \leq 2,60$	Tidak Setuju (TS)	2
$1,00 < a \leq 1,80$	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Pengantar Statistika, Walpole (1995)

Fungsi analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran umum tentang data yang telah diperoleh. Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh aksesibilitas, kompetensi, sikap moneter dan pengalaman positif terhadap keputusan pembelian nasabah PT. Prudential Life Assurance adalah sebagai berikut:

1. Variabel Aksesibilitas (X_1)

Tabel 4.8
Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Produk

Item	Skor Jawaban					Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS		
X1.1	2	0	2	20	91	4,72	Sangat Setuju
X1.2	2	2	5	39	67	4,45	Sangat Setuju
X1.3	1	3	3	25	83	4,62	Sangat Setuju
X1.4	1	5	1	29	79	4,57	Sangat Setuju
X1.5	2	1	5	28	79	4,57	Sangat Setuju
X1.6	1	2	4	34	74	4,55	Sangat Setuju
X1.7	1	1	5	27	81	4,62	Sangat Setuju
X1.8	0	6	3	37	69	4,47	Sangat Setuju
X1.9	0	5	2	32	76	4,56	Sangat Setuju
X1.10	2	3	4	37	69	4,46	Sangat Setuju
Mean						4,56	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Tabel 4.8 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai variabel aksesibilitas (X_1) dari masing-masing pernyataan. Pernyataan X1.1 hingga X1.10 berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$ yang berarti termasuk dalam kategori “Sangat Setuju”. Rata-rata jawaban responden berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$, hal ini berarti rata-rata responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diajukan dalam variabel aksesibilitas (X_1).

2. Variabel Kompetensi (X_2)

Tabel 4.9

Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kompetensi

Item	Skor Jawaban					Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS		
X2.1	0	0	3	42	70	4,58	Sangat Setuju
X2.2	0	0	5	46	64	4,51	Sangat Setuju
X2.3	0	0	4	42	69	4,57	Sangat Setuju
X2.4	0	0	5	46	64	4,51	Sangat Setuju
X2.5	0	0	5	38	72	4,58	Sangat Setuju
X2.6	0	0	5	46	64	4,51	Sangat Setuju
Mean						4,54	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Tabel 4.9 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai variabel kompetensi (X_2) dari masing-masing pernyataan. Pernyataan X2.1 hingga X2.6 berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$ yang berarti termasuk dalam kategori “Sangat Setuju”. Rata-rata jawaban responden berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$, hal ini berarti rata-rata responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diajukan dalam variabel kompetensi (X_2).

3. Variabel Sikap Moneter (X_3)**Tabel 4.10****Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Sikap Moneter**

Item	Skor Jawaban					Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS		
X3.1	0	0	7	27	81	4,64	Sangat Setuju
X3.2	0	0	7	37	71	4,56	Sangat Setuju
X3.3	0	0	5	44	66	4,53	Sangat Setuju
X3.4	0	0	7	47	61	4,47	Sangat Setuju
X3.5	0	0	6	41	68	4,54	Sangat Setuju
X3.6	1	0	6	45	63	4,47	Sangat Setuju
Mean						4,53	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Tabel 4.10 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai variabel sikap moneter (X_3) dari masing-masing pernyataan. Pernyataan X3.1 hingga X3.6 berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$ yang berarti termasuk dalam kategori “Sangat Setuju”. Rata-rata jawaban responden berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$, hal ini berarti rata-rata responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diajukan dalam variabel sikap moneter (X_3).

4. Variabel Pengalaman Positif (X_4)**Tabel 4.11****Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Pengalaman Positif**

Item	Skor Jawaban					Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS		
X4.1	0	0	6	35	74	4,59	Sangat Setuju
X4.2	0	0	7	45	63	4,49	Sangat Setuju
X4.3	0	0	10	39	66	4,49	Sangat Setuju
Mean						4,52	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Tabel 4.11 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai variabel pengalaman positif (X_4) dari masing-masing pernyataan.

Pernyataan X4.1 hingga X4.3 berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$ yang berarti termasuk dalam kategori “Sangat Setuju”. Rata-rata jawaban responden berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$, hal ini berarti rata-rata responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diajukan dalam variabel pengalaman positif (X_4).

5. Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.12

Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

Item	Skor Jawaban					Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS		
Y1	0	0	10	26	79	4,60	Sangat Setuju
Y2	0	0	8	41	66	4,50	Sangat Setuju
Y3	0	0	8	43	64	4,49	Sangat Setuju
Y4	0	0	12	39	64	4,45	Sangat Setuju
Mean						4,51	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Tabel 4.12 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian (Y) dari masing-masing pernyataan. Pernyataan Y1 hingga Y4 berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$ yang berarti termasuk dalam kategori “Sangat Setuju”. Rata-rata jawaban responden berada pada interval $4,20 < a \leq 5,00$, hal ini berarti rata-rata responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diajukan dalam variabel keputusan pembelian (Y).

4.4 Uji Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tes pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur. Instrument yang dinilai valid apabila alat yang digunakan dapat dengan baik mengukur objek ukur. Oleh karena itu, alat yang valid adalah alat yang tepat untuk mengukur objek yang akan diukur. Dalam uji validitas, setiap item akan diuji korelasinya dengan skor total variabel. Sebuah item sebaiknya memiliki korelasi (r) dengan skor total masing-masing variabel $\geq 0,25$. Jika item mempunyai r hitung $< 0,25$ maka item tersebut akan dinyatakan tidak valid, begitupun sebaliknya jika item mempunyai r hitung $> 0,25$ maka item tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	R tabel	Keterrangan
Variabel Aksesibilitas (X₁)	X1.1	0,464	0,250	VALID
	X1.2	0,434		VALID
	X1.3	0,533		VALID
	X1.4	0,502		VALID
	X1.5	0,501		VALID
	X1.6	0,492		VALID
	X1.7	0,542		VALID
	X1.8	0,587		VALID
	X1.9	0,613		VALID
	X1.10	0,601		VALID

Variabel	Item	Pearson Correlation	R tabel	Keterrangan
Variabel Kompetensi (X ₂)	X2.1	0,737	0,250	VALID
	X2.2	0,737		VALID
	X2.3	0,770		VALID
	X2.4	0,771		VALID
	X2.5	0,778		VALID
	X2.6	0,777		VALID
Variabel Sikap Moneter (X ₃)	X3.1	0,793		VALID
	X3.2	0,810		VALID
	X3.3	0,772		VALID
	X3.4	0,782		VALID
	X3.5	0,783		VALID
	X3.6	0,727		VALID
Variabel Pengalaman Positif (X ₄)	X4.1	0,819		VALID
	X4.2	0,806		VALID
	X4.3	0,815		VALID
Variabel Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,815		VALID
	Y2	0,789	VALID	
	Y3	0,769	VALID	
	Y4	0,806	VALID	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 diatas diketahui bahwa nilai r hitung pada kolom *pearson correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dibandingkan r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari semua variabel aksesibilitas (X₁), kompetensi (X₂), sikap moneter (X₃), pengalaman positif (X₄) dan keputusan pembelian (Y) adalah valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kestabilan hasil pengukuran secara repetitive dari masa ke masa. Reliabilitas alat ukur dapat diketahui dengan melakukan pengukuran berulang pada gejala yang sama dengan hasil yang sama. Reliabelitas item diuji dengan melihat nilai *Cronbach-Alpha*. Nilai *Cronbach-Alpha* untuk

reliabilitas dapat dilihat pada keseluruhan item dalam satu variabel. Apabila nilai $\alpha > 0,7$ maka tingkat reliabilitas terpenuhi (*sufficient reliability*), namun apabila nilai $\alpha < 0,5$ maka realibilitas rendah dan sebaiknya item tersebut tidak digunakan.

Tabel 4.14
Hasil Uji Relibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Minimum	Keterangan
Aksesibilitas (X ₁)	0,710	0,7	Reliabel
Kompetensi (X ₁)	0,855	0,7	Reliabel
Sikap Moneter (X ₁)	0,868	0,7	Reliabel
Pengalaman Positif (X ₄)	0,766	0,7	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,805	0,7	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Dari tabel 4.13 di atas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Croncach Alpha lebih dari 0,70 ($> 0,70$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel variabel aksesibilitas (X₁), kompetensi (X₂), sikap moneter (X₃), pengalaman positif (X₄) dan keputusan pembelian (Y) adalah reliabel.

4.5 Analisis Data

4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas (X₁, X₂, X_n) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear.

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien B
Konstanta	2,316
Aksesibilitas (X₁)	0,099
Kompetensi (X₂)	0,147
Sikap Moneter (X₃)	0,250
Pengalaman Positif (X₄)	0,693

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel diatas diperoleh koefisien regresi untuk masing-masing variabel, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 2,316 + 0,099 X_1 + 0,147 X_2 + 0,250 X_3 + 0,693 X_4$$

- a. Nilai konstanta sebesar 2,316, artinya jika variabel aksesibilitas, kompetensi, sikap moneter, dan pengalaman positif bernilai 0 (nol), maka variabel keputusan pembelian jasa asuransi Prudential bernilai 2,316. Hal ini dapat diartikan jika variabel aksesibilitas, kompetensi, sikap moneter, dan pengalaman positif dalam kondisi tetap atau konstan, maka masih ada keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.
- b. Koefisien regresi variabel aksesibilitas (X₁) dari perhitungan linier berganda didapat nilai *coefficients* (b₁) = 0,099. Hal ini berarti jika variabel aksesibilitas (X₁) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan ikut meningkat sebesar 0,099, dengan anggapan variabel kompetensi, sikap moneter, dan pengalaman positif dalam kondisi konstan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik aksesibilitas jasa asuransi

Prudential akan meningkatkan keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.

- c. Koefisien regresi variabel kompetensi (X_2) dari perhitungan linier berganda didapat nilai *coefficients* (b_2) = 0,147. Hal ini berarti jika variabel kompetensi (X_2) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan ikut meningkat sebesar 0,147, dengan anggapan variabel aksesibilitas, sikap moneter, dan pengalaman positif dalam kondisi konstan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik kompetensi para karyawan jasa asuransi Prudential akan meningkatkan keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.
- d. Koefisien regresi variabel sikap moneter (X_3) dari perhitungan linier berganda didapat nilai *coefficients* (b_3) = 0,250. Hal ini berarti jika variabel sikap moneter (X_3) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan ikut meningkat sebesar 0,250, dengan anggapan variabel aksesibilitas, kompetensi, dan pengalaman positif dalam kondisi konstan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik sikap moneter para nasabah jasa asuransi Prudential akan meningkatkan keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.
- e. Koefisien regresi variabel pengalaman positif (X_4) dari perhitungan linier berganda didapat nilai *coefficients* (b_4) = 0,693. Hal ini berarti jika variabel pengalaman positif (X_4) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan ikut meningkat sebesar 0,693, dengan anggapan variabel aksesibilitas, sikap moneter, dan pengalaman positif dalam kondisi

konstan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengalaman positif para karyawan jasa asuransi Prudential akan meningkatkan keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.

4.5.2 Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, digunakan uji Statistik t (uji t). Apabila nilai t hitung $>$ nilai t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai t hitung $<$ nilai t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 4.16
Hasil Analisis Uji t

Variabel	T hitung	T tabel	Sig.	α	Keputusan
Aksesibilitas	2,342	1,982	0,021	0,05	Berpengaruh Signifikan
Kompetensi	2,002		0,048		
Sikap Moneter	3,619		0,000		
Pengalaman Positif	6,126		0,000		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

1. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji hipotesis untuk variabel aksesibilitas memperoleh hasil uji t hitung sebesar 2,342 dan t tabel sebesar 1,982 ($2,342 > 1,982$). Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari t tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,021. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,021 < 0,05$). Dengan demikian (H_0) ditolak dan (H_a) diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan antara aksesibilitas terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.
2. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji hipotesis untuk variabel kompetensi memperoleh hasil uji t hitung sebesar 2,002 dan t tabel sebesar

1,982 ($2,002 > 1,982$). Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari t tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,048. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,048 < 0,050$). Dengan demikian (H_0) ditolak dan (H_a) diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan antara kompetensi terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.

3. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji hipotesis untuk variabel sikap moneter memperoleh hasil uji t hitung sebesar 3,619 dan t tabel sebesar 1,982 ($3,619 > 1,982$). Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari t tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian (H_0) ditolak dan (H_a) diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan antara sikap moneter terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.
4. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji hipotesis untuk variabel pengalaman positif memperoleh hasil uji t hitung sebesar 6,126 dan t tabel sebesar 1,982 ($6,126 > 1,982$). Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari t tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian (H_0) ditolak dan (H_a) diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan antara pengalaman positif terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.

4.5.3 Uji F

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (aksesibilitas, kompetensi, sikap moneter, dan pengalaman positif) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas

nasabah), jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Tabel 4.18
Hasil Analisis Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	348,114	4	87,029	73,263	,000 ^b
	Residual	130,668	110	1,188		
	Total	478,783	114			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Dari hasil analisis uji F di dapat F hitung sebesar 73,263 dengan dan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian, maka aksesibilitas, kompetensi, sikap moneter, dan pengalaman positif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Prudential.

4.5.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (aksesibilitas, kompetensi, sikap moneter, dan pengalaman positif) dalam menerangkan variabel dependen (keputusan pembelian) dengan melihat *Adjusted R Square*. Hasil koefisien dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,853 ^a	,727	,717	1,090

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Dari hasil analisis data diatas diketahui bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,717 atau 71,7%. Hal ini berarti sebesar 71,7% kemampuan model regresi dari penelitian ini menerangkan variabel dependen. Artinya 71,7% variabel keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen aksesibilitas, kompetensi, sikap moneter, dan pengalaman positif. Sedangkan sisanya 29,3% ($100\% - 71,7\% = 29,3\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

4.6.1 Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Prudential

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Prudential, dengan kata lain hipotesis pertama yang menyebutkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dibuktikan kebenarannya. Selain itu, variabel aksesibilitas juga memiliki hubungan positif dengan variabel keputusan pembelian. Hal ini berarti setiap ada peningkatan dari aksesibilitas perusahaan jasa Prudential maka keputusan pembelian nasabah untuk menggunakan jasa asuransi prudential akan ikut meningkat dan juga sebaliknya. Aksesibilitas adalah kemudahan keterjangkauan untuk mendapatkan keperluan yang diinginkan konsumen. Konsumen akan

beranggapan bahwa semakin mudah akses untuk memperoleh barang atau layanan yang di inginkan, semakin tinggi pula tingkat keputusan pembeliannya. Hal ini dapat dibuktikan hasil penyebaran kuesioner, yang dimana konsumen percaya bahwa PT Prudential Life Assurance merupakan asuransi jiwa yang dapat dipercaya dan aman. Jasa asuransi jiwa yang dapat dipercaya dan aman sangat diperlukan bagi konsumen, maka dari itu konsumen tidak ragu ketika memutuskan untuk menggunakan jasa asuransi jiwa Prudential dikarenakan aman dan dapat dipercaya.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian Rokhayah & Andriana (2021) yang berjudul tentang “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara” menyatakan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

4.6.2 Pengaruh Kompetensi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Prudential

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa variabel kompetensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Prudential, dengan kata lain hipotesis kedua yang menyebutkan bahwa variabel kompetensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dibuktikan kebenarannya. Selain itu, variabel kompetensi juga memiliki hubungan positif dengan variabel keputusan pembelian. Hal ini berarti setiap ada peningkatan dari kompetensi dari setiap karyawan pada perusahaan jasa Prudential maka keputusan pembelian nasabah untuk menggunakan jasa asuransi prudential akan ikut meningkat dan juga sebaliknya. Kompetensi adalah suatu kemampuan yang

dimiliki oleh seorang individu yang memiliki nilai jual dan teraplikasi dari hasil kreatifitas serta inovasi yang dihasilkan. Kemampuan atau keahlian seseorang dalam memasarkan suatu produk kepada pembeli melalui keahlian yang dimilikinya sehingga pelanggan menjadi tertarik untuk membeli produk yang selanjutnya akan terjadi transaksi penjualan. Kurangnya kompetensi komunikasi yang dimiliki sales akan membuat calon konsumen kurang memahami manfaat atau benefit yang ditawarkan sehingga membuat calon konsumen ragu untuk melakukan pembelian. Hasil penyebaran kuesioner menyatakan bahwa petugas PT Prudential Life Assurance mampu menjelaskan produk asuransi kepada nasabahnya dengan baik dan jelas. Selain itu, petugas PT Prudential Life Assurance mampu menjawab dan menjelaskan dengan baik apa yang ditanyakan oleh nasabah mengenai produk asuransi di PT Prudential Life Assurance dan Petugas PT Prudential Life Assurance mampu menjaga hubungan baik dengan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Harish (2017) tentang “Hubungan Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dan Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz dengan Keputusan Pembelian Honda City di Kota Semarang” menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Honda City.

4.6.3 Pengaruh Sikap Moneter terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Prudential

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa variabel sikap moneter berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Prudential, dengan kata lain hipotesis ketiga yang

menyebutkan bahwa variabel sikap moneter berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dibuktikan kebenarannya. Selain itu, variabel sikap moneter juga memiliki hubungan positif dengan variabel keputusan pembelian. Hal ini berarti setiap ada peningkatan dari sikap moneter dari para nasabah yang menggunakan jasa asuransi Prudential maka keputusan pembelian nasabah untuk menggunakan jasa asuransi prudential akan ikut meningkat dan juga sebaliknya. Sikap moneter konsumen terhadap asuransi merupakan persepsi konsumen terhadap asuransi sebagai suatu investasi yang menguntungkan. Sikap moneter konsumen terhadap asuransi meliputi tiga aspek yaitu, asuransi memberikan keuntungan, asuransi menjaga keamanan dan asuransi sebagai investasi. Semakin baik persepsi konsumen terhadap asuransi maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam membeli asuransi. Hasil penyebaran kuesioner menyatakan bahwa dengan memiliki asuransi masyarakat akan mendapatkan proteksi ketika terjadi musibah. Dengan memiliki asuransi juga dapat menjadi alternative investasi kesehatan dan pasti juga akan mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam hal ini salah satunya adalah kesehatan.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Krisanti (2018) tentang “Pengetahuan Keuangan, Sikap Moneter Terhadap Asuransi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Membeli Asuransi Dengan Kecenderungan Membeli Sebagai Variabel Mediasi” menyatakan bahwa sikap moneter berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.6.4 Pengaruh Pengalaman Positif terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Prudential

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa variabel pengalaman positif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa asuransi Prudential, dengan kata lain hipotesis keempat yang menyebutkan bahwa variabel pengalaman positif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dibuktikan kebenarannya. Selain itu, variabel pengalaman positif juga memiliki hubungan positif dengan variabel keputusan pembelian. Hal ini berarti setiap ada peningkatan dari pengalaman positif dari para nasabah pengguna jasa asuransi Prudential maka keputusan pembelian nasabah untuk menggunakan jasa asuransi prudential akan ikut meningkat dan juga sebaliknya. Pengalaman merupakan hal-hal yang bersifat pribadi dan berlangsung di benak konsumensecara individual dan bersifat tidak terlupakan. Jika pengalaman positif tercipta dibenak konsumen maka akan tercipta persepsi tentang produk yang telah di beli oleh konsumen, baik dari segi harga, kualitas dan pelayanan yang baik. Pengalaman positif saat membeli dapat membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas serta menciptakan rekomendasi positif kepada orang lain. Hasil penyebaran kuestioner para responden berpendapat bahwa para nasabah memiliki pengalaman yang baik ketika menggunakan jasa asuransi jiwa dari PT Prudential Life Assurance dan para nasabah memutuskan menggunakan jasa asuransi jiwa dari PT Prudential Life Assurance karena pengalaman positif yang dialami oleh orang lain.

Hasil penelitian diperkuat dengan penelitian Dewi (2019) tentang “Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian secara Online menggunakan Aplikasi Shopee” menunjukkan hasil bahwa pengalaman pembelian memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.