

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya, dalam penulisan tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Motivasi Membeli, Keunggulan Produk, Kepercayaan Merek, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Asuransi Jiwa pada Generasi Z”**

Melalui penelitian ini dapat diselesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Universitas Pelita Harapan, Lippo Karawaci, Tangerang. Ucapan banyak terimakasih juga peneliti ucapkan kepada Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku dosen pembimbing peneliti yang telah sabar dalam menghadapi peneliti dan memberikan banyak pembelajaran, masukan, ide, kritik, waktu dan juga dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi.

Dukungan berupa moral dan materil juga didapatkan oleh penulis dari berbagai pihak dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S.Ugut, MBA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P.,M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen dan selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan pembelajaran, masukan, ide, kritik, waktu dan juga dukungan
3. Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M., selaku Ketua Konsentrasi Marketing Universitas Pelita Harapan

4. Bapak Dr. Drs. John Tampil Purba, M.M, selaku Pembimbing Akademis penulis
5. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto SE., M.M, AK., CA, Selaku Head Supervisor Dosen Pembimbing
6. Seluruh dosen yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama kuliah di Universitas Pelita Harapan
7. Seluruh Staff dan Karyawan Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam kegiatan administratif
8. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, kasih sayang, nasihat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir
9. Defina Mulyawan sebagai kekasih penulis yang menemani penulis dan memberikan dukungan berupa doa, motivasi, dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan tugas akhir
10. Teman-teman penulis Kevin Richardo Tanoto, Kenny Elton, Gerry Juliandi, Bron yang selalu menemani dan menghibur penulis setiap hari, keluarga besar PAMILI, yang telah memberikan dukungan kepada penulis dan selalu memberikan kebahagiaan
11. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2016 dari program studi manajemen yang sama-sama berjuang demi menempuh impian yang

sama Akhir kata, penulis masih menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih ada nya kesalahan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang diberikan kepada penulis dapat membantu agar penelitan selanjutnya dapat lebih baik lagi. Penulis berharap agar tugas akhir ini dapat dapat menjadi bahan referensi dan bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya.



## DAFTAR ISI

Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir.....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	
ABSTRAK .....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
1.5 Sistematika Penelitian .....	12
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1. Theory of Planned Behavior.....	13
2.2 Motivasi Membeli .....	15
2.3. Keunggulan Produk .....	16
2.4. Kepercayaan Merek.....	17
2.5. Kesadaran Merek.....	19
2.6 Minat Beli.....	20
2.7 Hubungan Motivasi Membeli terhadap Minat Beli.....	22
2.8 Hubungan Keunggulan Produk terhadap Minat Beli .....	22

2.9 Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli .....	23
2.10 Hubungan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli .....	24
2.11 Model Penelitian.....	25
2.12 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III .....</b>	<b>26</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	26
3.2 Desain Penelitian .....	27
3.3 Objek Penelitian .....	27
3.4 Subjek Penelitian .....	28
3.5 Unit Analisis .....	28
3.6 Variabel dan Skala Pengukuran Variabel.....	29
3.6.1 Skala Pengukuran Variabel.....	29
3.7 Pengukuran (Tabel DKDO).....	31
3.8 Metode pengumpulan data .....	34
3.9 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.10 Populasi, Sampel dan Ukuran Sampel .....	36
3.10.1 Populasi.....	37
3.10.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.11 Teknik Analisis Data .....	38
3.11.2 Pengujian Model Pengukuran .....	39
3.11.3 Uji Multikorilienitas .....	41
3.11.4 Statistik Deskriptif .....	41
3.11.5 Statistik Inferensial .....	42
<b>BAB IV .....</b>	<b>43</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Studi Pendahuluan.....	43
4.1.1 Pengujian Model Pengukuran (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas) 43	
4.1.2 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan.....	44
4.1.3 Hasil Uji Reabilitas Studi Pendahuluan .....	49
4.2 Penelitian Aktual .....	50
4.3 Profil Responden .....	50

4.3.1	Jenis Kelamin .....	52
4.3.2	Usia .....	52
4.3.3	Tingkat Pendidikan Terakhir.....	53
4.3.4	Status .....	53
4.3.5	Profesi .....	53
4.3.6	Pendapatan .....	53
4.4	Statistik Deskriptif.....	54
4.4.1	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Motivasi Membeli.....	56
4.4.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keunggulan Produk .....	57
4.4.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek .....	58
4.4.4	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek .....	59
4.4.5	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	60
4.5	Uji Aktual .....	61
4.6	Model Pengukuran Aktual (Outer Model) .....	62
4.7	Hasil Uji Validitas Aktual .....	62
4.8	Model Struktural (Inner Model) .....	68
4.9	Pembahasan .....	72
BAB V.....		76
KESIMPULAN DAN SARAN.....		76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Implikasi Manajerial.....	76
5.3	Implikasi Teoritis .....	78
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	79
5.5	Saran Penelitian Selanjutnya .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....		82
References .....		82
LAMPIRAN .....		89
	Outer Loadings .....	96
	Outer Loadings .....	105

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbedaan Generasi.....	5
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	30
Tabel 3. 2 DKDO .....	31
Tabel 4. 1 Hasil Uji Outer Loadings Penelitian Pendahuluan .....	44
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	45
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading) .....	46
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) .....	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Pendahuluan .....	49
Tabel 4. 6 Profil Responden.....	51
Tabel 4. 7 Hasil uji statistik deskriptif Actual Test.....	54
Tabel 4. 8 Mean Variabel Motivasi Membeli .....	56
Tabel 4. 9 Mean Variabel Keunggulan Produk.....	57
Tabel 4. 10 Mean Variabel Kepercayaan Merek .....	58
Tabel 4. 11 Mean Variabel Kesadaran Merek .....	60
Tabel 4. 12 Mean Variabel Minat Beli.....	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Actual Test (Outer Loading).....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading) .....	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker).....	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Actual Test .....	67
Tabel 4. 18 Nilai R-Square .....	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk.....	4
Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Menurut Usia dan Jenis Kelamin.....	6
Gambar 1.3 Klasifikasi Generasi .....	7
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	25
Gambar 4. 1 Path Model Berdasarkan PLS Algorithm.....	68
Gambar 4. 2 Path Model Berdasarkan Bootstrapping.....	69

