

**PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI
(Studi Kasus pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh :

PUTRI DITA AGUSTIN

20.11.0076

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2024

PERSETUJUAN

Nama : Putri Dita Agustin
NIM : 20110076
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi (Studi Kasus pada PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo)

Disetujui dan disahkan :

Hari : Selasa
Tanggal : 6 Februari 2024

Pembimbing,



Tri Ratna Pamitkasih, S.E.,M.B.A

NIDN. 0610119205

Mengetahui,

Wakil Ketua 1 STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M

NIDN. 0606118902

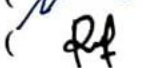
PENGESAHAN

Nama : Putri Dita Agustin
NIM : 20110076
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi (Studi Kasus pada PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo)

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada hari : Kamis
Tanggal : 22 Februari 2024

Tim Penguji
Ketua : Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si
Anggota : Tri Ratna Pamikatsih, S.E., MBA

Tanda Tangan
()
()

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta


Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :
**PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
POLIS ASURANSI**

(Studi Kasus pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo)

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar, dan ijazah yang telah diberikan oleh Perguruan Tinggi Ilmu Ekonomi batal saya terima.

Sukoharjo, 8 Januari 2024

Pembuat pernyataan,



Putri Dita Agustin

MOTTO

“Setetes keringat orangtuaku seribu langkahku untuk maju”

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”
(Umar bin Khattab)

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri”
(Hindia)

“Sendiri tapi pelan-pelan bergerak lebih baik daripada ramai-ramai tapi sekedar berteriak”
(Boy Candra)

“Sungguh ada banyak hal didunia ini yang bisa jadi kita susah payah untuk menggapainya, memaksa ingin memilikinya, ternyata kuncinya dekat sekali: cukup dilepaskan, maka dia datang sendiri. Ada banyak masalah didunia ini yang bisa jadi kita mati-matian menyelesaikannya, susah sekali jalan keluarnya ternyata cukup diselesaikan dengan ketulusan dan jalan keluar atas masalah hadir seketika”
(Tere Liye)

PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Hasil penelitian yang sederhana ini, penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa menganugerahi cinta dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan kekuatan dan membekali ilmu, serta memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu atas ridho-Nya.
2. Kedua orang tua tercinta yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.
3. Kedua adik yang memberikan semangat dan dukungannya selalu.
4. Diri sendiri, terima kasih sudah berusaha dan tidak pernah patah semangat. Kamu kuat dan hebat. Tabarakallah, Masya Allah, Alhamdulillah.

**PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
POLIS ASURANSI**

(Studi Kasus pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat pendapatan, gaya hidup, dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian polis asuransi di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo. Objek penelitian ini adalah nasabah Bumida Cabang Solo pada tahun 2022. Metode pemilihan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner sedangkan data sekunder berupa populasi data yang diperoleh dari perusahaan Bumida Cabang Solo. Populasi berjumlah 1.480 nasabah dengan sampel penelitian sebanyak 94 responden berdasarkan rumus *slovin*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji t dengan nilai signifikansi 0,010 lebih kecil dari 0,05, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji t dengan nilai signifikansi 0,011 lebih kecil dari 0,05 dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji t dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai *R Square* 0,743 menunjukkan bahwa variabel tingkat pendapatan (X_1), gaya hidup (X_2) dan perilaku konsumen (X_3) mampu menerangkan perubahan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 74,3% sedangkan sisanya 25,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci : *Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumen, Keputusan pembelian*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of income level, lifestyle and consumer behavior on decisions to purchase insurance policies at PT. Bumiputera Muda General Insurance 1967 Solo Branch. The object of this research is Bumida Solo Branch customers in 2022. The sample selection method uses non-probability sampling with a purposive sampling technique and the data used is primary data in the form of a questionnaire while secondary data is population data obtained from the Bumida Solo Branch company. The population is 1,480 customers with a research sample of 94 respondents based on the Slovin formula. The results of this research show that income level has a positive and significant effect on purchasing decisions with t test results with a significance value of 0.010 which is smaller than 0.05, lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions with t test results with a significance value of 0.011 which is smaller than 0.05 and consumer behavior has a positive and significant effect on purchasing decisions with the t test results with a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05. The R Square value of 0.743 indicates that the variables income level (X1), lifestyle (X2) and consumer behavior (X3) are able to explain changes in the purchasing decision variable (Y) by 74.3% while the remaining 25.7% is explained by other variables outside the model .

Keywords : Income Level, Lifestyle, Consumer Behavior, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulisan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi (Studi Kasus pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo) ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen Strata I di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penyusunan skripsi ini telah mendapat banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan setulus hati menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
2. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M selaku wakil Ketua 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
3. Ibu Tri Ratna Pamikatsih,S.E.,M.B.A selaku dosen pembimbing sekaligus pembimbing akademik yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukkannya
4. Bapak dan Ibu dosen/karyawan STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan
5. Seluruh karyawan dan agen Bumida cabang Solo yang telah memberikan izin dan membantu peneliti melakukan penelitian
6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat baik secara moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dorongan dan semangat
8. Semua pihak yang telah berperan dalam penyusunan skripsi ini tidak mampu untuk dituliskan satu-persatu tanpa mengesampingkan penulis terimakasih

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dari penulisan maupun penyajiannya. Untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun untuk tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 8 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Tinjauan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Pikir	22
D. Hipotesis Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Metode Penelitian.....	25
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
C. Data dan Sumber Data	25
D. Populasi, Sampel dan Pengumpulan Sampel	26
E. Definisi Operasional Variabel	28
F. Pengukuran Variabel	30
G. Metode Pengumpulan Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	35
B. Deskripsi Data Responden	40
C. Analisis Data	44
D. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Premi Gross Asuransi Bumida 2018-2022	3
Tabel 2. Hasil Penjualan Premi Bumida Solo	7
Tabel 3. Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4. Definisi Operasional.....	28
Tabel 5. Skala Likert	30
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 7. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 8. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	42
Tabel 9. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 10. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	43
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pendapatan.....	44
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	45
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumen	45
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 17. Hasil Uji Multikolonieritas.....	47
Tabel 18. Hasil Uji Heterokedastisitas	48
Tabel 19. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 20. Hasil Uji t	50
Tabel 21. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	22
-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2. Tabulasi Data	66
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	66
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	67
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik	69
Lampiran 6. Hasil Analisis Linier Berganda.....	70

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi, teknologi dan ilmu pengetahuan berkembang semakin pesat. Tidak diragukan lagi persaingan antara perusahaan bisnis juga semakin kuat. Banyak bisnis di Indonesia berusaha untuk menjadikan bisnis mereka unggul dan kompetitif dalam dunia bisnis dan ekonomi. Semua aspek kehidupan manusia secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi perekonomian yang dapat menyebabkan peningkatan kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Orang-orang tidak hanya membutuhkan pemenuhan kebutuhan fisik mereka, mereka juga membutuhkan rasa aman.

Ketidakpastian salah satu peristiwa yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan manusia. Ketidakpastian menyebabkan adanya risiko. Menurut Hidayat (2019) risiko (*risk*) merupakan sebutan untuk kemungkinan kejadian yang memiliki sejarah sebelumnya dan mengikuti distribusi probabilitas. Akibatnya, risiko ini dapat diperkirakan secara teoritis. Dalam kebanyakan kasus, seseorang atau suatu organisasi secara pribadi bertanggung jawab sepenuhnya atas semua potensi kerugian yang timbul dari kejadian apapun. Sifat dan jumlah kerugian biasanya tidak dapat dengan mudah diprediksi sebelumnya, termasuk apakah akan mengakibatkan konsekuensi yang sangat fatal. Apakah akan menimbulkan kerugian yang kira-kira mampu ditanggulangi sendiri atau tidak.

Secara umum, asuransi dibagi kedalam dua kelompok utama yaitu, asuransi umum (asuransi untuk kerugian) dan asuransi jiwa. Asuransi umum (asuransi kerugian) merupakan penanggulangan risiko atas kerugian, kehilangan keuntungan, dan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang timbul sebagai akibat dari peristiwa yang tidak pasti. Sebaliknya,

asuransi jiwa menawarkan layanan untuk menangani risiko yang terkait dengan kematian atau kematian seseorang yang dipertanggungjawabkan.

Pada tahun 2022 ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,31% lebih tinggi dari 3,70% pada tahun 2021 yang didukung oleh peningkatan investasi, konsumsi rumah tangga yang mulai pulih, dan pengeluaran pemerintah yang konsisten (Badan Pusat Statistik, 2022). Secara khusus, industri asuransi umum Indonesia juga berkembang dengan baik. Seiring pertumbuhan ekonomi nasional, industri ini diproyeksikan akan terus berkembang. Premi Asuransi Umum tahun 2022 meningkat 15,3% sebesar 90,1 Trilyun Rupiah dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya menunjukkan perkembangan ini (Laporan Keberlanjutan PT Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967, 2022).

Berdasarkan UU RI No. 40 Tahun 2014, asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang mewajibkan pemegang polis untuk membayar premi asuransi kepada perusahaan sebagai imbalan untuk melindungi tertanggung atau pemegang polis dari kerugian, kerusakan, biaya, keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita oleh mereka.

Menurut Henri (2019) asuransi ialah untuk melindungi pihak tertanggung dari resiko di masa depan. Dalam hal ini, untuk mendapatkan ganti rugi dari pihak penanggung, pihak tertanggung harus membayar premi.

PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 (selanjutnya dikenal sebagai BUMIDA) didirikan atas gagasan pengurus AJB Bumiputera 1912 dan beroperasi sejak 8 Desember 1967. Bumida adalah perusahaan asuransi yang menawarkan berbagai jenis asuransi, seperti asuransi jiwa, asuransi kecelakaan, asuransi kebakaran, dan asuransi kendaraan yang melindungi pelanggan dari kerugian keuangan karena kecelakaan yang mungkin terjadi.

Pelayanan terbaik selalu dilakukan untuk mendapatkan simpati dan kepercayaan orang-orang sehingga Bumida menjadi asuransi yang andal dan terpercaya. Hal ini ditunjukkan dengan asuransi bumida tetap ada

sepanjang masa. Manajemen asuransi Bumida bekerja sama untuk membuat strategi untuk menangani persaingan dengan mengutamakan kualitas kinerja di setiap aspek. Bumida fokus dalam Gerakan Sinergi Terpadu (GESIT). Ini mencakup sinergi internal, Bumiputera Group, dan sinergi umum dan khusus, penyempurnaan struktur organisasi dan pengembangan SDM berbasis kompetensi dan optimalisasi pemasaran produk unggulan. Asuransi Bumida telah menerima banyak penghargaan atas komitmennya untuk memberikan asuransi kepada masyarakat. Penghargaan tersebut, antara lain :

1. Majalah *Capital* merilis *The Big Five Trusted* untuk produk asuransi kesehatan, asuransi kebakaran, dan asuransi kendaraan bermotor pada tahun 2002,
2. Majalah SWA Sembada merilis *Brand Most Valuable* pada tahun 2003,
3. Majalah Infobank merilis Penghargaan Rekor Dunia untuk Pemrakarsa dan Penyelenggara gosok bersama voucher asuransi sebagai aplikasi polis pertama di Indonesia,
4. Majalah Infobank merilis Asuransi umum sangat bagus pada tahun 2005,
5. Majalah Infobank merilis Asuransi umum syariah Terbaik kedua pada tahun 2006.

Tabel 1. Data Premi Gross Asuransi Bumida 2018-2022

Tahun	Total
2018	386.120.000.000,00
2019	368.492.000.000,00
2020	300.390.000.000,00
2021	336.665.000.000,00
2022	409.644.000.000,00

Sumber : Profile Company Bumida 2022

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa perolehan premi bruto tahun 2018 sebesar Rp 386,120 miliar. Perolehan premi bruto 2019 368,492 miliar. Perolehan premi bruto 2020 sebesar Rp 300,390 miliar. Perolehan premi bruto 2021 sebesar 336,665 miliar. Pada tahun 2022 perolehan premi meningkat sangat signifikan yakni sebesar 409,644 miliar. Dari kinerja perolehan produksi premi Bumida dapat disimpulkan bahwa masyarakat sadar akan pentingnya asuransi dalam kehidupannya sehingga masyarakat banyak yang memilih mengambil keputusan untuk berasuransi.

Dalam pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen berkaitan dengan bagaimana konsumen memilih produk-produk asuransi yang dibutuhkan. Produk-produk asuransi Bumida terdiri dari dua macam, yaitu produk korporasi dan produk perorangan. secara umum, produk dapat dikategorikan sebagai berikut : *cargo insurance*, *suretyship*, *property insurance*, *engineering insurance*, *motorvehicle insurance*, asuransi aneka (*miscellaneous insurance*), asuransi kecelakaan diri (*personal accident*), asuransi tanggung gugat (*liability insurance*), asuransi kesehatan (*health insurance*), dan asuransi kredit (*credit insurance*). Dalam pengambilan keputusan, konsumen dipengaruhi beberapa faktor seperti tingkat pendapatan, gaya hidup dan perilaku konsumen itu sendiri.

Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin banyak yang mereka konsumsi. Asuransi Bumida menawarkan paket produk yang sangat terjangkau bagi konsumen. Besar kecilnya premi tergantung konsumen dalam memilih paket produk yang dipilih, sehingga besarnya penggantian risiko yang diberikan juga sesuai dengan paket produk yang dipilih. Asuransi Bumida melakukan berbagai strategi yang efektif dan efisien untuk mendapatkan calon konsumen dan mempertahankan konsumen agar produknya sesuai dengan keinginan pelanggan. Sebagaimana yang dikutip Mujiono (2018) keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen dipengaruhi oleh tingkat pendapatannya. Pengeluaran akan meningkat seiring tingkat pendapatan seseorang. Saat melakukan pembelian, konsumen disarankan untuk mempertimbangkan semua pengeluaran agar

kebutuhan konsumsi dapat dipenuhi. Ini akan memungkinkan jumlah uang yang diterima untuk memenuhi kebutuhan tambahan dan menabung untuk kebutuhan jangka panjang. Pendapat ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Fautngiljanan *et al.*, (2014) menunjukkan bahwa faktor pendapatan berdampak positif dan signifikan pada keputusan untuk membeli asuransi Prudential di Kota Manado. Sedangkan penelitian yang dilakukan Nashrullah & Noor (2017), menunjukkan bahwa faktor pendapatan berdampak positif dan signifikan pada keputusan pelanggan untuk menggunakan asuransi.

Saat ini, masyarakat menengah keatas yang gaya hidup mereka (aktivitas, minat, dan pendapat) telah menyadari bahwa asuransi adalah kebutuhan. Menurut Ardy (2013) yang dikutip dalam Suhardi (2019) pemilihan suatu produk yang sesuai dengan gaya mereka dalam bergaya hidup dilihat dari bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Dimana asuransi Bumida harus melakukan bagaimana cara membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan, membangun merek produk yang baik, dan memberikan inovasi baru pada produk yang mereka produksi dengan mengikuti tren saat ini karena sikap pelanggan cenderung berubah seiring dengan zaman. Sehingga gaya hidup seseorang dan kelompok masyarakat dapat berubah secara dinamis. Pendapat penelitian ini didukung Fautngiljanan *et al*, (2014) menunjukkan bahwa faktor gaya hidup memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk membeli produk Asuransi Prudential di Kota Manado. Studi Wijaya (2017) mengemukakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, studi Fauzi & Firman (2020) menemukan bahwa faktor gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk membeli batik.

Perusahaan harus memahami perilaku konsumen dalam membuat strategi permintaan konsumen terhadap sebuah produk. Perusahaan berusaha menarik konsumen atau mendorong mereka untuk membeli produk tersebut. Melalui agen atau tenaga pemasar konsumen dapat

membeli produk asuransi Bumida. Ketika akan membeli polis asuransi agen akan menjelaskan produk yang dibutuhkan agar konsumen paham akan produknya dan konsumen percaya terhadap produk yang dijual. Dalam memasarkan produknya agen bumida juga melakukan promosi dalam bentuk potongan harga dengan ketentuan dan syarat yang berlaku diharapkan menarik konsumen untuk membeli produk asuransi di Bumida. Menurut Kotler *et al.*, (2009) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Berdasarkan Sumarwan (2011) dalam Sinurat & Jefri (2020) juga menyatakan bahwa perilaku konsumen mencakup semua tindakan, kegiatan dan proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada waktu yang berbeda sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan dan menghabiskan produk dan jasa setelah mengevaluasi kegiatan di atas. Penelitian sebelumnya Bawono *et al.*, (2018), menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada XYZ. Diperkuat oleh penelitian Sinurat & Jefri (2020), bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedap.

Salah satu cabang PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 berada di Solo lebih tepatnya di Ruko Manahan No.8 Jln Adi Sucipto, Manahan, 57133. Perusahaan ini telah memiliki sertifikat ISO 9001:2015 dan menjadi anggota dari Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) serta Majelis Asuransi Indonesia (MAI). Asuransi Bumida cabang Solo mengalami peningkatan jumlah nasabah dan penjualan premi. Adapun hasil penjualan premi Bumida Solo adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Penjualan Premi Bumida Solo

Tahun	Premi	Growth
2020	4.489.848.321,00	-11%
2021	4.721.903.234,00	5%
2022	5.934.330.096,97	26%
TOTAL	15.146.081.651,97	

Sumber : Annual Report Bumida 1967 Solo

Berdasarkan tabel 2. pada tahun 2020 penjualan premi yang diperoleh sebesar Rp 4.489.848.321. Penjualan premi pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar Rp 4.721.093.234 dan mengalami peningkatan pada tahun 2022 sebesar Rp 5.934.330.096 yang begitu signifikan. Perusahaan mengutamakan karyawan atau agen yang berasal dari lokasi kantor cabang setempat sehingga memiliki pengetahuan lebih tentang kondisi lingkungan dan masyarakat sekitar sehingga dapat meningkatkan jumlah premi dan nasabah.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi (Studi kasus PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah tingkat pendapatan mempengaruhi terhadap keputusan pembelian polis asuransi pada PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo?
2. Apakah gaya hidup mempengaruhi terhadap keputusan pembelian polis asuransi pada PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo?
3. Apakah perilaku konsumen mempengaruhi terhadap keputusan pembelian polis asuransi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah yang telah dikemukakan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis bagaimana pengaruh tingkat pendapatan terhadap keputusan pembelian polis asuransi pada PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo.
2. Menganalisis bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian polis asuransi pada PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo.
3. Menganalisis bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian polis asuransi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak lainnya diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Mampu memberikan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya guna menambah wawasan yang berkaitan dengan asuransi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dan membawa perubahan serta sebagai evaluasi yang dapat meningkatkan keputusan pembelian nasabah terhadap asuransi khususnya Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo.

- b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SURAKARTA serta dapat berguna bagi mahasiswa dan akademisi yang ingin mempelajari masalah tentang tingkat pendapatan, gaya hidup, perilaku konsumen, dan keputusan pembelian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pemasaran

Pemasaran (bahasa Inggris : *marketing*) merupakan bagian dari proses pembuatan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang barang atau jasa yang berkaitan dengan memuaskan keinginan dan kebutuhan manusia.

Menurut Kotler dan Armstrong (2019:6) dalam Nugraha (2020), pemasaran sebagai proses dimana bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka untuk menangkap nilai dari mereka. Pemasar yang memahami kebutuhan pelanggan akan menghasilkan produk yang memiliki nilai yang lebih besar, menetapkan harga, mendistribusikan, dan secara efektif mempromosikan produk mereka akan membuat penjualan produk menjadi mudah.

2. Asuransi

Asuransi merupakan suatu mekanisme perlindungan terhadap harta yang dimiliki dimana didalamnya terdapat pihak tertanggung yang membayar sejumlah dana kepada pihak penanggung untuk memperoleh kompensasi atas resiko yang mungkin terjadi di masa yang akan datang (Henri, 2019).

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No.40 tahun 2014, asuransi terdiri dari empat komponen, yaitu :

- a. Pihak tertanggung (*insured*) yang berjanji untuk membayar premi kepada pihak penanggung secara langsung atau bertahap,

- b. Pihak penanggung (*insure*) yang berjanji untuk membayar sejumlah uang kepada pihak tertanggung, baik secara langsung maupun bertahap,
- c. Suatu peristiwa (*accident*) yaitu suatu peristiwa yang mengandung unsur tak tertentu, dan
- d. Kepentingan (*interest*) yaitu kemungkinan hilang sebagai akibat dari kejadian yang tidak terduga.

3. Polis Asuransi

Polis asuransi adalah hubungan hukum antara dua pihak perusahaan asuransi (penanggung) dengan konsumen asuransi (tertanggung) tertuang dalam suatu bentuk perjanjian (Erdah & Leni, 2014).

4. Pengertian Pendapatan

Menurut Mahdzan *et al.* (2013) dalam Arianti (2020), semakin besar pendapatan seseorang, semakin mereka berusaha untuk belajar bagaimana memanfaatkan uang mereka dengan baik dengan pengetahuan keuangan. Seperti yang dikutip Dica Suci Enggar Jati (2015:14) dalam Erdah & Leni (2014), pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima selama periode tertentu berdasarkan jenis pekerjaan, prestasi, dan lamanya bekerja, dan berdampak pada peningkatan aktiva perusahaan dengan tujuan meningkatkan pemasukan. Pendapatan adalah hasil dari pengorbanan materi seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan menginvestasikan sumber pendapatan mereka saat ini, seseorang dapat memilih berbagai jenis investasi, termasuk saham, obligasi, deposito, emas, dan berbagai jenis investasi lainnya (Sari, 2021).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sejumlah uang atau nilai ekonomi yang diperoleh individu, perusahaan, atau entitas sebagai imbalan atas produk, jasa,

atau aset yang mereka sediakan. Pendapatan berasal dari berbagai sumber termasuk gaji, investasi, penjualan dan lainnya.

Berdasarkan kutipan Sari (2021), indikator pendapatan adalah sebagai berikut :

a. Pendapatan bulanan yang diterima

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima seseorang setelah menyelesaikan pekerjaan untuk mereka, baik dari hasil instansi maupun industri. Pendapatan dari hasil industri disebut pendapatan sedangkan pendapatan dari instansi disebut gaji atau upah.

b. Pekerjaan

pekerjaan yang dilakukan seseorang untuk memperoleh pendapatan. Selain itu, pekerjaan dapat dianggap sebagai mata pencaharian untuk pemenuhan kebutuhan hidup seseorang.

c. Usaha Lain

Pendapatan yang diperoleh dari sumber lain selain pekerjaan.

d. Bonus atau reward

Pendapatan yang diterima apabila mampu mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan.

e. *Life style* seseorang

Gaya hidup seseorang yang tercermin dari pola pikir seseorang.

f. Pola konsumsi seseorang

Cara seseorang dalam memilih kebutuhan pangannya.

g. Jumlah kebutuhan atau tanggungan yang harus dipenuhi oleh seseorang

Besarnya biaya yang harus dibayar seseorang.

Berdasarkan pemaparan dari Badan Pusat Statistik dalam Dewi (2022) tingkat pendapatan penduduk memiliki indikator seperti berikut:

- 1) Jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 per bulan maka termasuk golongan pendapatan sangat tinggi .
- 2) Jika pendapatan rata-rata antara Rp >2.500.000 s/d Rp 3.500.000 per bulan maka termasuk golongan pendapatan tinggi

- 3) Jika pendapatan rata-rata antara Rp >1.500.000 s/d Rp 2.500.000 per bulan maka termasuk golongan pendapatan sedang.
- 4) Jika pendapatan rata-rata dibawah Rp 1.500.000 per bulan maka termasuk golongan pendapatan rendah.

5. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang menunjukkan bagaimana dia berinteraksi dengan lingkungannya, seberapa jauh dia peduli dengan apa yang ada disekitarnya, dan bagaimana dia berpikir tentang dirinya sendiri dan orang lain. Menurut Azzahrah (2023) mendefinisikan bahwa gaya hidup sebagai cara perilaku konsumen yang menunjukkan sifat eksternal. Hal ini sangat berkaitan dengan cara seseorang menghabiskan uang dan waktu untuk membuat keputusan yang sesuai dengan kepribadiannya. Seperti yang dikutip Priansa (2017) dalam Permata *et all.*, (2021) menyatakan gaya hidup sebagai minat, aktivitas, dan pendapat pelanggan yang diekspresikan melalui bagaimana mereka membelanjakan uang dan mengalokasikan waktunya. Menurut Pasidda (2017) dalam Fauzi & Firman (2020) bahwa gaya hidup adalah kebiasaan yang membedakan seseorang atau kelompok dari yang lain. Identitas diri individu dan kelompok akan terbentuk jika gaya hidup dianggap sebagai ideologi. Identitas ini membedakan orang satu sama lain. Gaya hidup dapat memengaruhi tujuan seseorang, yang dapat menciptakan kebanggaan.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup, pilihan dan kebiasaan seseorang dalam menghabiskan waktu dan aspek-aspek lainnya yang mencerminkan nilai-nilai, aktivitas dan preferensi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan Kotler & Keller (2009:224) dikutip oleh Dewi (2022), ada 3 indikator gaya hidup seseorang adalah sebagai berikut :

a. Aktivitas (*Activity*)

Aktivitas adalah tindakan yang nyata. Karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-hari adalah aktivitas (kegiatan) konsumen. Adanya aktivitas konsumen memungkinkan perusahaan untuk mengetahui apa yang dapat dilakukan pasar sasaran, sehingga lebih mudah bagi perusahaan untuk membuat strategi yang tepat berdasarkan informasi yang mereka dapatkan.

b. Minat (*Interest*)

Minat adalah tindakan dinamis yang diikuti oleh perhatian terus menerus atau khusus. Tidak satu pun orang yang tidak memiliki minat atau ketertarikan yang sama. Salah satu aspek unik yang memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen adalah pikiran mereka. Setiap perusahaan harus selalu tahu apa yang diinginkan dan diinginkan pelanggannya. Dengan memahami minat pelanggan, perusahaan dapat lebih mudah membuat konsep pemasaran yang memengaruhi proses pembelian pasar sasaran.

c. Opini (*Opinion*)

Opini adalah tanggapan yang diberikan seseorang secara lisan atau tertulis terhadap situasi. Opini mencakup penafsiran, harapan, dan evaluasi serta keyakinan tentang maksud orang lain, prediksi tentang apa yang akan terjadi di masa depan dan pertimbangan konsekuensi dari tindakan alternatif yang memberikan ganjaran atau hukuman.

6. Perilaku Konsumen

Berdasarkan Priansa (2017) dalam Saputro (2017), perilaku konsumen didefinisikan ketika pelanggan mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menggunakan barang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Berdasarkan Kotler dan Keller (2016) dalam Khairunnisa & Jamiat (2021) menyatakan bahwa

“consumer behavior is the study how individuals, groups and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, or experiences to satisfy their needs and wants. Marketers must fully understand both the theory and the reality of consumer behavior. Dari definisi tersebut Seorang pemasar harus sepenuhnya memahami kedua teori tersebut dan kenyataan dari perilaku konsumen terjadi di dunia nyata. Dengan demikian, perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan membuang sesuatu pengalaman, barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sedangkan menurut Lestari & Aslami (2022), perilaku konsumen adalah sebuah studi tentang bagaimana seseorang kelompok, organisasi dan masyarakat luas memilih untuk menggunakan atau tidak terhadap suatu produk seperti ide, barang dan jasa.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah bagaimana individu atau sekelompok orang dengan membuat keputusan terkait atas pembelian, penggunaan, atau layanan dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Kotler dan Keller (2012:173-182) dalam Suawa *et al.*, (2019) adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, sebagai berikut :

a. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan sistem nilai budaya, adat istiadat, dan cara hidup masyarakat yang mengelilingi seseorang dan merupakan anggota budaya yang sama.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah interaksi formal dan informal yang terjadi secara konsisten dalam masyarakat di mana orang-orang memiliki minat dan berperilaku serupa untuk mencapai tujuan bersama.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah sifat psikologis individu yang berbeda dari orang lain yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

d. Faktor Psikologis

Pengaruh psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungannya saat ini dan pengaruh masa lalu.

Menurut Philip Kotler dan Amstrong (2008) dalam Mustapa Husein Sinaga (2020) dalam proses pengambilan keputusan membeli, konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu :

a. Produk

Produk dapat berupa barang atau jasa dan dapat dipasarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan..

b. Harga

Produsen menetapkan harga pertama kali untuk produk baru, saluran distribusi baru, atau kontrak kerja baru.

c. Promosi

Promosi adalah semua bentuk pemasaran yang dilakukan oleh produsen atau penjual untuk meningkatkan permintaan pelanggan untuk barang yang mereka jual. Tujuannya adalah untuk mengubah tingkah laku pelanggan, memberikan informasi tentang produk kepada pelanggan, mendorong atau mendorong pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan, dan mengingatkan pelanggan agar tidak membeli produk lain.

d. Tempat (distribusi)

Saluran distribusi adalah proses pengiriman produk dari produsen ke konsumen akhir melalui perantara yang panjang maupun pendek.

7. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses menilai berbagai alternatif dan membuat pilihan berdasarkan kepentingan tertentu (Priadi, 2019). Proses memilih produk berdasarkan pengetahuan konsumen tentang apa yang mereka benar-benar membeli untuk dikonsumsi secara pribadi serta pertimbangan dari pembelian sebelumnya dikenal sebagai keputusan pembelian (Azzahrah, 2023). Proses pemilihan dan pertimbangan yang dilakukan oleh calon pembeli sebelum mereka memutuskan untuk membeli produk tertentu dikenal sebagai keputusan pembelian (Handayani & Wahyuningsih, 2022).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, keputusan pembelian adalah langkah terakhir dalam proses pemilihan konsumen untuk membeli barang atau layanan tertentu.

Berdasarkan Kotler dan Keller (2016) dalam Handayani & Wahyuningsih (2022) keputusan pembelian memiliki beberapa indikator adaalah sebagai berikut :

a. Pengenalan kebutuhan

Setelah masalah atau kebutuhan diidentifikasi, proses pembelian dimulai. Konsumen menyadari bahwa ada perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan. Konsumen harus memiliki motivasi dari dalam atau dari luar untuk meningkatkan kebutuhan. Pemasar harus tahu bahwa ada banyak hal yang dapat memengaruhi minat dan kebutuhan pelanggan.

b. Pencarian informasi

Konsumen mungkin mencari lebih banyak informasi jika mereka tertarik. Jika dorongan mereka kuat dan barang yang dapat memenuhi kebutuhannya tersedia, mereka akan membeli barang tersebut. Jika tidak, kebutuhan konsumen hanya akan tersimpan dalam ingatan. Konsumen mungkin tidak sangat aktif mencari informasi yang mereka butuhkan atau mungkin tidak berusaha untuk mendapatkan lebih banyak.

c. Evaluasi alternative

Konsumen harus menilai berbagai pilihan yang tersedia setelah mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang berbagai hal. Kemudian mereka harus membuat keputusan apa yang akan mereka lakukan setelah itu. Faktor penting dalam evaluasi ini adalah pengaruh sumber konsumen (waktu, uang, dan informasi), serta kemungkinan kesalahan penilaian.

d. Keputusan pembelian

Konsumen sekarang memiliki kemampuan untuk membuat keputusan setelah menyelesaikan langkah-langkah awal. Perusahaan atau pemasar harus memiliki jawaban atas pertanyaan tentang perilaku konsumen yang terkait dengan setiap pembelian yang dilakukan oleh konsumen, seperti bentuk, jenis, merk, penjual, kualitas, dll.

e. Perilaku pasca pembelian

Setelah membeli barang konsumen akan merasa puas atau tidak terhadap barang yang dibelinya. Ini dapat terjadi karena beberapa alasan, seperti barang mungkin tidak sesuai dengan gambaran sebelumnya atau keinginannya, atau mungkin terlalu mahal. Mungkin setelah pembelian akan membuat konsumen lebih bahagia dan senang.

B. Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Tahun	Judul	Alat Analisis	Hasil
1.	Aditya Dimas Priadi (2019)	Pengaruh Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Kesehatan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Jasa Asuransi (Studi pada Pt. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kota Bandar Lampung)	Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan dan tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi, sedangkan kesehatan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi.
2.	Marheni Eka Saputri (2016)	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk <i>Fashion</i> Pada Zalora Indonesia	Studi ini menggunakan analisis regresi linear sederhana	Menurut hasil penelitian, perilaku konsumen di era teknologi seperti saat ini secara signifikan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang di Zalora Indonesia.
3.	Puspitasari Putri Handayani, Tri Harsini Wahyuningsih (2022)	Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Produk, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid-19	Studi ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

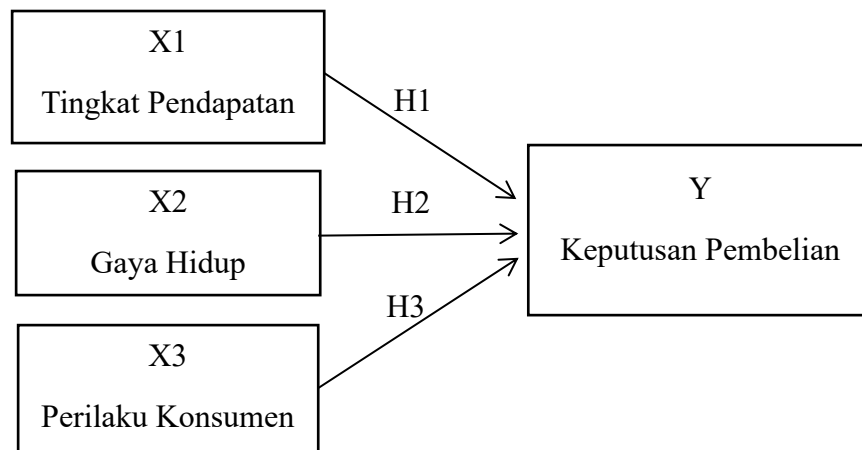
4.	Diah Sasi Aprilia Cempaka Dewi (2022)	Pengaruh Citra Merek, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tas Domestik pada PNS Wanita di Kabupaten Purbalingga	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5.	Winda A. Solihin, Bernhard Tewal, Rudy Wenas (2020)	Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa UNSRAT di Manado)	Metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan analisis deskriptif kuantitatif.	penelitian ini menunjukkan bahwa sikap dan gaya hidup konsumen secara bersamaan dan parsial berdampak positif dan signifikan pada keputusan mereka untuk membeli smartphone.
6.	Fanira Khirunnisa, Nuslih Jamiat (2021)	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee di Indonesia	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis deskriptif.	Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen mempengaruhi keputusan pembelian yang signifikan.
7.	Iqbal Agil Prasidda, Dra. Apriatni, EP, M.Si (2017)	Analisis Pengaruh Periklanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rokok Marlboro PT.HM Sampoerna TBK.	Penelitian ini menggunakan tabulasi silang, korelasi, regresi berganda dan regresi sederhana.	Berdasarkan penelitian ini periklanan dan gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

8.	Fatya Azzahrah (2023)	Pengaruh Harga, pendapatan, gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Oleh Masyarakat kelurahan kampung Mandar kabupaten Banyuwangi	Analisis metode menggunakan analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Pendapatan, dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
9.	Kusnul Khotimah ,Andri Nurtantio no (2021)	Pengaruh produk, persepsi harga, promosi, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Solo Raya	Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda	Penelitian yang dilakukan ini bahwa produk, promosi dan harga tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. sedangkan Gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.
10.	Vourtdacs belina Virgine Fautngiljan, Agus Supandi Soegot, Yantje Uhing (2014)	Gaya hidup dan tingkat pendapatan pengaruhnya terhadap keputusan menggunakan produk Asuransi Prudential di Kota Manado	Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda	Berdasarkan penelitian yang dilakukan gaya hidup dan tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian.

Sumber : Penelitian terdahulu

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan hipotesis diatas, penelitian ini akan dijelaskan terhadap pengaruh tingkat pendapatan, gaya hidup dan perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian polis asuransi PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo.



Gambar 1. Kerangka Pikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan individu tentang masalah penelitian yang telah dirumuskan dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan (Sugiono, 2017).

1. Tingkat Pendapatan (X1) terhadap Keputusan Pembelian

Pendapatan menurut Dewi (2022) hasil yang diterima seseorang sebagai imbalan atas pekerjaannya yang mencakup gaji dan tunjangan lain dari perusahaan. Penelitian yang dilakukan Dewi (2022) menunjukkan bahwa pendapatan mempengaruhi keputusan pembelian nasabah tentang asuransi. Sejalan dengan penelitian oleh Priadi (2019) dan Fautngiljanan *et al.*, (2014) menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Menurut Azzahrah (2023) bahwa pendapatan

menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan alasan tersebut, maka penentuan hipotesa pendapatan yaitu :

H₁ : Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian polis asuransi di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo.

2. Gaya Hidup (X₂) terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Solihin *et al.*, (2020) Gaya hidup lebih menggambarkan bagaimana seseorang berperilaku, seperti bagaimana mereka menggunakan uang mereka dan memanfaatkan waktu mereka. Konsumen akan mengalami perubahan gaya hidup, tetapi bukan karena perubahan kebutuhan. Penelitiannya menunjukkan bahwa gaya hidup memengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan.

Selaras dengan hasil penelitian dari Fautngiljanan *et al.*, (2014) dan Dewi (2022) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian Khotimah & Nurtantiono (2021) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Azzahrah (2023) menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Maka penentuan hipotesa gaya hidup yaitu :

H₂ : Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian polis asuransi di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo.

3. Perilaku Konsumen (X3) terhadap Keputusan Pembelian

Pemahaman tentang perilaku konsumen dapat membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan Saputri (2016) bahwa perilaku konsumen signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian. Hal ini didukung pada penelitian yang dilakukan Handayani & Wahyuningsih (2022) bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Khairunnisa & Jamiat (2021) bahwa perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis seperti berikut :

H₃ : Perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian polis asuransi di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Solo.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian polis asuransi di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 cabang Solo.
2. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian polis asuransi di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 cabang Solo.
3. Perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian polis asuransi di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 cabang Solo.

B. Saran

1. PT. Asuransi Bumiputera Muda 1967 cabang Solo berharap dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dengan tenaga pemasar yang jujur dan menunjukkan kepeduliannya untuk melayani pelanggan dengan memberikan polis yang sesuai dengan kebutuhan.
2. Bagi agen perusahaan diharapkan saat melakukan prospek terhadap calon nasabah memberikan penjelasan yang mendalam tentang produk yang ditawarkan agar calon nasabah benar-benar mengerti.
3. Penelitian selanjutnya harus dilakukan dengan memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian dengan mempertimbangkan faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek. Ini akan memungkinkan penemuan tambahan yang bermanfaat bagi kemajuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Annual report Bumida 1967 Solo.* (2021).
- Annual Report Bumida 1967 Solo.* (2022).
- Annual Report Bumida 1967 Solo.* (2023).
- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36>
- Azzahrah, F. (2023). *Pengaruh Harga, pendapatan,dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan emas oleh masyarakat kelurahan kampung mandar kabupaten banyuwangi.* April.
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–144. <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1366>
- Bumida, A. U. (2022). *Company Profile Bumida 2022.*
- Devi, N. L. P. Y., Anggraini, N. P. N., & Hendrawan, I. gede Y. (2018). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah PT. Asuransi Allianz Life Genteng Biru Agency. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Dewi, D. S. A. C. (2022). *Pengaruh Citra merek, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tas Domestik Pada PNS Wanita Di Kabupaten Purbalingga.*
- Erdah, L., & Leni, L. (2014). Jurnal Skripsi Penerapan Asas Keadilan dalam Polis Asuransi Kendaraan Bermotor Dan Perlindungan Konsumen PT. Asuransi Wahana Tata. *World Health Organization, World Bank Group, OECD, July*, 1–100.
- Fautngiljanan et al. (2014). Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Asuransi Prudential Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1192–1202.
- Fauzi, & Firman. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 11(1), 86–95. <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i1.3220>

- Handayani, P. P., & Wahyuningsih, T. H. (2022). *Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Produk, Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie gacoan Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi COVID-19*. 3(2), 237–248.
- Hardian, P. D., & Rahmawan, G. (2022). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa di Sukoharjo*. 2(3), 387–394.
- Henri. (2019). Asuransi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–25.
- Hidayat, U. (2019). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Iskandar, H. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong*. 4(2), 75–89.
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 394–408.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14377/14161>
- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Solo Raya. *Creative Research Management Journal*, 4(1), 1.
<https://doi.org/10.32663/crmj.v4i1.1827>
- Kotler, P., Maulana, A., Sabran, B., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Ed. 13 ind).
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 34–42. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.873>
- Mujiono, F. V. S. (2018). Analisis pengaruh Label Halal, Pendapatan, dan Harga Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. *Fitria Vega Sylvania Mujiono*.
- Mustapa Husein Sinaga. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mitra Iqra' Plus (Asuransi Pendidikan) Pada Pt. Asuransi Jiwa Syari'Ah Bumiputera, Kantor Pemasaran Syari'Ah Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Nashrullah, F., & Noor, I. (2017). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Jumlah Anak, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Asuransi Pendidikan Syariah (Studi Kasus Pt. Asuransi Takaful Keluarga Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 5(2).
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3805>

- Nasution, L. S. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa (Studi Kasus Pada PT Sunlife Financial Medan). *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Nugraha, R. (2020). *Bab ii kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis 2.1*. 31–65.
- Permata, M., Ruswendi, I., Madiawati, P. N., Studi, P., Administrasi, S., Bisnis, F. E., & Telkom, U. (2021). *JEMMA (Jurnal of Economic , Management , and Accounting) Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 4, 204–216.
- Priadi, A. D. (2019). Pengaruh Pendapatan, Tingkat Pendidikan, Dan Kesehatan Terhadap Keputusan Nasabah memilih Jasa Asuransi. *UIN Raden Intan Lampung Press*, 53(9), 1689–1699.
- PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967. (2022). *Laporan Keberlanjutan Tahun 2022 PT. Indika Energy Tbk*. 63, 1–143.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 291–297. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.02.11>
- Saputro, wahyu niko. (2017). Priansa. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Bintang Mitra Cahaya Surabaya*, 7–38.
- Sari, S. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Asuransi Jiwa Syariah BumiPutera Cabang Iskandar Muda*.
- Sinurat, R., & Jefri, S. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedap di Desa Medan Estate. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 191–197. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3890>
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa UNSARAT di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 511–520.
- Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di new ayam bandung resto kawasan megamas Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5195–5204.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

- Suhardi. (2019). Pengaruh Gaya Hidup , Demografi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart Sukaseuri Cikampek. *Bina, Universitas Informatika, Sarana*, 17(1).
- Wijaya, D. (2017). *Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*. XV(2).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI

Assalamua'alaikum wr. wb,

Perkenalkan saya Putri Dita Agustin mahasiswi Program Studi S1 Manajemen STIE Surakarta sedang melakukan penelitian untuk keperluan Tugas Akhir yang berjudul "**PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI (STUDI KASUS PADA PT.ASURANSI UMUM BUMIPUTERA MUDA 1967 CABANG SOLO)**"

Oleh karena itu, saya meminta bantuan Saudara/i untuk meluangkan waktu untuk mengisi atau memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan terkait penelitian secara lengkap, objektif, dan benar adanya agar kuesioner ini menghasilkan data yang valid dan akurat. Seluruh data dan identitas yang diberikan terjamin kerahasiaan dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja. Informasi yang anda berikan merupakan bantuan yang berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas partisipasi dan ketersediaan saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Sukoharjo, 6 Desember 2023

Peneliti,

Putri Dita Agustin

Identitas Responden

- Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
- Usia : ☐ <17 tahun ☐ 36-40 tahun
☐ 17-24 tahun ☐ 41-45 tahun
☐ 25-30 tahun ☐ 46-50 tahun
☐ 31-35 tahun ☐ >50 tahun
- Domisili : ☐ Surakarta ☐ Boyolali
☐ Sukoharjo ☐ Klaten
☐ Karangayar ☐ Wonogiri
☐ Sragen ☐ Diluar Soloraya
- Pekerjaan : ☐ Ibu rumah tangga
☐ PNS
☐ Pengusaha
☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Pegawai Swasta
☐ Lainnya
- Penghasilan perbulan : ☐ < Rp 1.500.000
☐ Rp 1.500.000 s/d Rp 2.500.000
☐ Rp 2.500.000 s/d Rp 3.500.000
☐ >Rp 3.500.000

Pernah melakukan pembelian polis asuransi di PT. Asuransi Umum Bumiputera

Muda 1967 cabang Solo?

☐ Ya

☐ Tidak

Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Jawablah semua pernyataan yang sesuai seberapa besar anda setuju dan tidak setuju atas pernyataan berikut dengan memilih 5 jawaban, diantaranya :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

1. Variabel Tingkat Pendapatan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memiliki pendapatan perbulan yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan hidup saya sehingga dapat membeli produk asuransi di Bumida					
2.	Saya melakukan pekerjaan lain selain pekerjaan rutin saya demi menambah pemasukan					
3.	Saya memiliki usaha lain untuk menghasilkan tambahan pendapatan (selain dari gaji)					
4.	Saya mendapat bonus atau reward karena bisa mencapai target					
5.	Dengan menggunakan jasa asuransi di Bumida, dapat mencerminkan gaya hidup dan selera saya					
6.	Produk asuransi Bumida yang di tawarkan sesuai dengan pendapatan saya					
7.	Dengan pendapatan yang saya terima bisa mencukupi untuk menanggung kebutuhan keluarga sehingga mampu membeli produk asuransi di Bumida					

2. Variabel Gaya Hidup

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk yang dimiliki Bumida sesuai dengan yang saya butuhkan					
2.	Saya berminat dan tertarik untuk berasuransi di Bumida					
3.	Saya telah menjadi nasabah asuransi di Bumida, saya mempromosikan kepada kerabat/tetangga saya					

3. Variabel Perilaku Konsumen

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bumida menyediakan berbagai macam produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan					
2.	Asuransi Bumida memiliki premi yang terjangkau oleh semua kalangan					
3.	PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 sering melakukan promosi kepada para nasabah atau perusahaan sehingga nasabah					

	mengenal dengan baik produk/jasa yang ditawarkan					
4.	Produk asuransi yang dimiliki bumida sangat berguna untuk dipasarkan di Kota Solo					

4. Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya ikut serta berasuransi di Bumida karena keinginan sendiri					
2.	Sebelum membeli polis asuransi di Bumida saya sudah mencari informasi produk asuransi yang sejenis					
3.	PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 menjadi alternatif pilihan saya dalam memilih produk asuransi yang saya butuhkan					
4.	Saya yakin dengan keputusan yang saya ambil untuk ikut serta dalam berasuransi di Bumida dan melindungi diri dari risiko yang akan datang					
5.	PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 tidak pernah mengecewakan nasabah, maka saya akan melakukan pemilihan atau pembelian ulang dan merekomendasikan ke orang lain					