

SKRIPSI
PENGARUH *AWARENESS, ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS,*
PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL, TRUST, DAN RISK
***PERCEPTION* TERHADAP *PURCHASE BEHAVIOUR* POLIS**
PRUDENTIAL DI JAKARTA: *PURCHASE INTENTION* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI



Di Ajukan Oleh:

WIDJAYA

NPM : 115180085

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

2021

SKRIPSI
PENGARUH *AWARENESS, ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS,*
PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL, TRUST, DAN RISK
***PERCEPTION* TERHADAP *PURCHASE BEHAVIOUR* POLIS**
PRUDENTIAL DI JAKARTA: *PURCHASE INTENTION* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI



Di Ajukan Oleh:

WIDJAYA

NPM : 115180085

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

2021

Surat Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Widjaya
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180085
Program Studi : Program Studi SI Manajemen
Alamat : Citra Garden City 6, Cluster Yellow Chrysant Blok J2
No 16
Telp. - _____
HP. 081298602418

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 30 Desember 2021



Widjaya

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANEGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Widjaya
NIM : 115180085
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *PENGARUH AWARENESS, ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL, TRUST, DAN RISK PERCEPTION TERHADAP PURCHASE BEHAVIOUR POLIS PRUDENTIAL DI JAKARTA: PURCHASE INTENTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*

Jakarta, 30 Desember 2021

Pembimbing,



(Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, SE., M.Si.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Widjaya
NIM : **115180085**
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *PENGARUH AWARENESS, ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL, TRUST, DAN RISK PERCEPTION TERHADAP PURCHASE BEHAVIOUR POLIS PRUDENTIAL DI JAKARTA: PURCHASE INTENTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 12 Januari 2022 dan dinyatakan lulus, dengan tim Penguji yang terdiri atas :

1. Ketua Penguji : RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si
2. Anggota Penguji : Andi Wijaya S.E., M.M.
Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, SE., M.Si.

Jakarta, 12 Januari 2022

Pembimbing,



(Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, SE., M.Si.)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANEGARA

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

JAKARTA

- (A) Widjaya 115180085
- (B) *The Effect of Awareness, Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Trust, and Risk Perception on Purchase Behavior of Prudential Policy in Jakarta: Purchase Intention as a Mediation Variable*
- (C) XVI + 200 Pages, 29 Tables, 2 Pictures, 3 Attachments
- (D) *Marketing Management*
- (E) *Abstract: This study has a purpose to examine whether the variables Awareness, Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Trust, and Risk Perception on Purchase Behavior with Purchase Intention as a Mediation Variable of the study, on prudential insurance companies. The sampling technique in this study used non-probability sampling and the type of withdrawal technique used was purposive sampling. Questionnaires were distributed to 212 respondents who are Prudential customers who have purchased a policy. Data testing was carried out using the SmartPLS version 3.2.9 program. The results of this study indicate that Awareness has a significant influence on Purchase Behavior with the mediating variable Intention to Purchase, Attitude has a significant influence on Purchase Behavior with the mediation variable Intention to Purchase, Subjective Norms have an insignificant effect on Purchase Behavior with the mediation variable Intention to Purchase, Perceived Behavioral Control has an insignificant effect on Purchase Behavior with the mediation variable Intention to Purchase, Trust has a significant effect on Purchase Behavior with the mediation variable Intention to Purchase, Risk Perception has an insignificant effect on Purchase Behavior with the mediation variable Intention to Purchase. Based on the results of the study, Intention to Purchase has a significant effect on Purchase Behavior.*
- (F) *Keywords: Awareness, Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control, Trust, dan Risk Perception, Purchase Behaviour, Purchase Intention.*
- (G) *References 71 (1984-2020)*
- (H) Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, SE., M.Si.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANEGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

(A) Widjaya 115180085

(B) PENGARUH KESADARAN, SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KEBIJAKAN PRUDENTIAL DI JAKARTA: NIAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(C) XVI + 200 Halaman, 29 Tabel, 2 Gambar, 3 Lampiran

(D) Manajemen Pemasaran

(E) Abstrak : Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah variable *Awareness*, *Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioural Control*, *Trust*, dan *Risk Perception* Terhadap *Purchase Behaviour* dengan *Purchase Intention* Sebagai Variabel Mediasi studi, terhadap perusahaan asuransi prudential. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dan jenis teknik penarikan yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kuesioner dibagikan terhadap 212 responden yang merupakan nasabah Prudential yang pernah membeli polis. Pengujian data dilakukan dengan menggunakan program SmartPLS versi 3.2.9. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Awareness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Purchase Behaviour* dengan variabel mediasi *Intention to Purchase*, *Attitude* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Purchase Behaviour* dengan variabel mediasi *Intention to Purchase*, *Subjective Norms* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *Purchase Behaviour* dengan variabel mediasi *Intention to Purchase*, *Perceived Behavioural Control* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *Purchase Behaviour* dengan variabel mediasi *Intention to Purchase*, *Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Purchase Behaviour* dengan variabel mediasi *Intention to Purchase*, *Risk Perception* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *Purchase Behaviour* dengan variabel mediasi *Intention to Purchase*. Berdasarkan hasil penelitian, *Intention to Purchase* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Purchase Behaviour*.

(F) Kata Kunci: *Awareness*, *Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioural Control*, *Trust*, dan *Risk Perception*, *Purchase Behaviour*, *Purchase Intention*.

(G) Daftar Acuan 71 (1984-2020)

(H) Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, SE., M.Si.

HALAMAN MOTTO

Masa depan yang cerah tidak pernah dijanjikan pada siapapun.

Kamu harus mengejarnya sendiri

-Wayne Dyer-

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Karya ini saya persembahkan
Untuk keluargaku tercinta, teman seperjuangan,
para pengajar dan kekasihku tercinta.
Terima kasih atas dukungan, motivasi dan kasih sayangnya.**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kebaikannya sehingga penulis masih dalam keadaan sehat dan khususnya penulis masih bisa menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul **“PENGARUH AWARENESS, ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL, TRUST, DAN RISK PERCEPTION TERHADAP PURCHASE BEHAVIOUR POLIS PRUDENTIAL DI JAKARTA: PURCHASE INTENTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”**. Tujuan dari tugas akhir atau skripsi ini sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Selama penulisan skripsi ini, peneliti menerima banyak dukungan dan kontribusi dari dosen pembimbing, dukungan, motivasi, serta saran dari berbagai pihak terkait. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik khususnya kepada:

1. Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, SE., M.Si., selaku dosen pengajar sekaligus pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dalam memberikan saran serta arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

6. Seluruh keluarga yang saya sayangi, Papi (Oey Kim Siong), Mami (Panni), kakak perempuan (Widya), dan Kekasih ku (Angela Audrey J.A.) yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa, dan motivasi bagi penulis dari awal perkuliahan sampai selesainya skripsi ini.
7. Seluruh keluarga besar Forna Gang yang berisi Renaldy, Christian, Handy, Kalingga, Jonathan William, William Wenni, Frans, Banhin, Exell Leo, dan Garvin yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa, dan motivasi bagi penulis dari awal perkuliahan sampai selesainya skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan yaitu, William Sutanto, Andrean Yusuf, Aldy Satyagraha, Kelvin Riandy, Michael Finley, Merline, Steffen Jonathan, Reyvina, dan Sherina yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.
9. Kepada teman-teman perkuliahan dari semester 1 dan teman sekitar yang selalu memberi dukungan dan menyemangati hingga skripsi ini selesai.
10. Kepada teman-teman satu bimbingan yang saling membantu memberikan informasi, pengetahuan dan saran selama proses penulisan skripsi ini.
11. Kepada seluruh responden yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritikan sangat diperlukan untuk penyempurnaan penelitian ini. Besar harapan penulis agar skripsi yang penulis buat dapat bermanfaat dalam meningkatkan wawasan dan edukasi bagi pembacanya.

Jakarta, 30 Desember 2021

Widjaya

DAFTAR ISI

Halaman Judul Skripsi.....	i
Surat Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat	iii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	2
3. Batasan Masalah.....	3
4. Rumusan Masalah	3
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan.....	4
2. Manfaat.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
A. Gambaran Umum Teori.....	7
B. Definisi Konseptual Variabel	7
1. Kesadaran (<i>Awareness</i>)	7
2. Sikap (<i>Attitude</i>).....	8
3. Norma Subjektif (<i>Subjective Norms</i>).....	9
4. Persepsi Kontrol Perilaku yang dirasakan (<i>Perceived Behavioural Control</i>)	9
5. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	10
6. Persepsi Risiko (<i>Risk Perception</i>)	11

7.	Niat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	11
8.	Perilaku Pembelian (<i>Purchase Behaviour</i>).....	12
C.	Kaitan antara Variabel-variabel.....	13
1.	Kesadaran dan niat beli.....	13
2.	Sikap dan niat beli	14
3.	Norma subjektif dan niat beli	15
4.	Persepsi kontrol perilaku yang dirasakan dan niat beli	15
5.	Kepercayaan dan niat beli.....	16
6.	Persepsi Risiko dan niat beli.....	17
7.	Niat beli dan perilaku pembelian.....	18
8.	Efek mediasi dari niat beli	18
D.	Kerangka Pemikiran	29
E.	Hipotesis	29
BAB III		31
METODE PENELITIAN		31
A.	Desain Penelitian	31
B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	31
1.	Populasi	31
2.	Teknik Pemilihan Sampel.....	32
3.	Ukuran Sampel	32
C.	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	32
1.	<i>Awareness</i>	34
2.	<i>Attitude</i>	34
3.	<i>Subjective Norms</i>	35
4.	<i>Perceived Behavioural Control</i>	35
5.	<i>Trust</i>	36
6.	<i>Risk Perception</i>	36
7.	<i>Intention to Purchase</i>	37
8.	<i>Purchase Behaviour</i>	37
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	38
1.	Analisis Validitas.....	38
2.	Analisis Reabilitas	46
E.	Analisis Data	47

1.	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model Analysis</i>).....	48
2.	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>).....	48
	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
	Uji Q-Square atau Q^2	49
	Uji Hipotesis atau <i>p-values</i> (<i>bootstrapping</i>)	49
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A.	Deskriptif Subjek Penelitian	50
B.	Deskriptif Objek Penelitian	55
1.	Kesadaran (<i>Awareness</i>)	56
2.	Sikap (<i>Attitude</i>).....	57
3.	Norma Subjektif (<i>Subjective Norms</i>).....	59
4.	Persepsi Kontrol perilaku yang dirasakan (<i>Perceived Behavioural Control</i>) 60	
5.	Kepercayaan (<i>Trust</i>)	62
6.	Persepsi Risiko (<i>Risk Perception</i>)	63
7.	Niat Beli (<i>Intention to Purchase</i>)	64
8.	Perilaku Pembelian (<i>Purchase Behaviour</i>).....	65
C.	Hasil Analisis Data	66
1.	Koefisien Determinan (R^2)	66
2.	<i>Q-Square</i> (Q^2).....	67
3.	Uji Hipotesis	68
D.	Pembahasan	75
BAB V	80
PENUTUP	80
A.	Kesimpulan.....	80
B.	Implikasi Hasil Penelitian.....	81
C.	Keterbatasan dan Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
Lampiran 1. LAMPIRAN KUISIONER	91
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner dan Tanggapan Responden	98
Lampiran 3. Hasil Uji Program Smart PLS Versi 3.2.9	189
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	194

DAFTAR PUSTAKA

- Abass, M. (2017), Factors Influencing Consumer Choice of Islamic Insurance (Takaful) In Kenya, The United States International University-Africa.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (2005), "The influence of attitudes on behavior", in Albarracín, D. Johnson, B.T. Zanna, M.P. (Eds), *The Handbook of Attitude*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, pp. 173-221.
- Ajzen, I. and Madden, T.J. (1986), "Prediction of goal-directed behavior attitudes, intentions, and perceived behavioral control", *Journal of Experimental. Social Psychology*, Vol. 22, pp. 453-474.
- Aziz, S., Md Husin, M., Hussin, N. and Afaq, Z. (2019), "Factors that influence individuals' intentions to purchase family takaful mediating role of perceived trust", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 31 No. 1, pp. 81-104.
- Barsky, R.B., Juster, F.T., Kimball, M.S. and Shapiro, M.D. (1997), "Preference parameters and behavioral heterogeneity: an experimental approach in the health and retirement study", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 112 No. 2, pp. 537-579.
- Battacherjee, A. (2000), "Acceptance of e-commerce services: the case of electronic brokerages", *IEEE Transactions on Systems, Man and Cybernetics – Part A: Systems and Humans*, Vol. 30 No. 4, pp. 411-420.
- Chang, H. (2006), "Integrating the role of sales agent into the branding model in the insurance industry", *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Vol. 8 No. 2, pp. 278-285.
- Chimedtseren, E. and Safari, M. (2016), "Service quality factors affecting purchase intention of life insurance products", *Journal of Insurance and Financial Management*, Vol. 01 No. 01, pp. 1-12.
- Chun, D.C., Yi, W.F. and Cheng, K.F. (2006), "Predicting electronic toll collection service adoption: an integration of the technology acceptance model and the theory of planned behaviour", *Transportation Research*, Vol. 15 No. 5, pp. 300-311.

- Cohen, G.L. and Prinstein, M.J. (2006), "Peer contagion of aggression and health risk behavior among adolescent males: an experimental investigation of effects on public conduct and private attitudes", *Child Development*, Vol. 77 No. 4, pp. 967-983.
- Echchabi, A. and Abd. Aziz, H. (2012), "Empirical investigation of customers' perception and adoption towards Islamic banking services in Morocco", *Middle-East Journal of Scientific Research*, Vol. 12 No. 6, pp. 849-858.
- Fauzi, A.A. and Suryani, T. (2019), "Measuring the effects of service quality by using CARTER model towards customer satisfaction, trust and loyalty in Indonesian Islamic banking", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 10 No. 1, pp. 269-289.
- Forsythe, S.M., Liu, C., Shannon, D. and Gardner, L.D. (2006), "Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping", *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 20 No. 2, pp. 55-75.
- Francis, J., Eccles, M.P., Johnston, M., Walker, A.E., Grimshaw, J.M., Foy, R., Kaner, E.F.S., Smith, L. and Bonetti, D. (2004), *Constructing Questionnaires Based on the Theory of Planned Behaviour: A Manual for Health Services Researchers*, Centre for Health Services Research, University of Newcastle upon Tyne, Newcastle upon Tyne.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Hakim dan Keni. (2019), PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN CUSTOMER *PERCEIVED VALUE* TERHADAP PURCHASE INTENTION. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*/Volume 4/No.3/Mei - 2020: 81-86.
- Hardiyanto dan Tunjungsari. (2019), Pengaruh Internal Marketing Terhadap Inovasi, Dengan Orientasi Kewirausahaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume I No. 4/2019 Hal: 801-810

- Hargreaves, D.A. dan Tiggemann, M. (2003), "Citra media 'ideal kurus' wanita dan sikap anak laki-laki terhadap anak perempuan", *Peran Seks*, Vol. 49, hlm. 539-544.
- Hasbullah, N.A., Osman, A., Abdullah, S., Salahuddin, S.N., Ramlee, N.F. and Soha, H.M. (2016), "The relationship of attitude, subjective norm and website usability on consumer intention to purchase online: an evidence of Malaysian youth", *Procedia Economics and Finance*, Vol. 35, pp. 493-502.
- Hasyim and Helmi (2017), "Consumers' trust as the mediating factor for insurance buying intention in Indonesia", *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. 5 No. 2.
- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2015). "A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling".
- Husin, M.M., Ismail, N. dan Ab Rahman, A. (2016), "Peran media massa, dari mulut ke mulut dan norma subjektif dalam niat beli takaful keluarga", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 7 No. 1, hlm. 59-73.
- Hwang, Y. (2014), "Understanding the different influences of online trust on loyalty by risk takers and avoiders", *International Journal of Human-Computer Interaction*, Vol. 30 No. 12, pp. 977-984.
- Jung, J., Sung, W.S., Hyun, S.J. dan Khang, H. (2016), "Faktor yang mempengaruhi sikap dan niat perilaku terhadap iklan jejaring sosial: kasus pengguna facebook di Korea Selatan", *International Journal of Advertising*, Vol. 35 No.2, hal.248-265.
- Kazaure, M.A. (2017), "Extending the theory of planned behavior to explain the role of awareness in accepting Islamic health insurance (takaful) by microenterprises in northwestern Nigeria", *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 10 No. 4, pp. 607-620.
- Khalil, M.N. (2005), "An empirical study of internet banking acceptance in Malaysia: an extended decomposed theory of planned behavior", *Doctoral Dissertation, Department of Management, College of Business and Administration, Southern Illinois University Carbondale.*

- Kharde, Y. and Madan, P. (2018), "Influence of intentions on buying behaviour of women towards insurance purchase: an empirical study", *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI) ISSN*, Vol. 7 No. 2, pp. 19-27.
- Kim, H.-W., Xu, Y., & Gupta, S. (2012). Which is more important in Internet shopping, perceived price or trust? *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(3), 241-252.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2010), *Prinsip Pemasaran*, pendidikan Pearson.
- Lien, C.H., Wen, M.J., Huang, L.C. and Wu, K.L. (2015), "Online hotel booking: the effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions", *Asia Pacific Management Review*, Vol. 20 No. 4, pp. 210-218.
- Ling, K.C., Chai, L.T. and Piew, T.H. (2010), "The effects of shopping orientations, online trust and prior online purchase experience toward customers online purchase intention", *International Business Research*, Vol. 3 No. 3, pp. 63 -76.
- Madahi, A. and Sukati, I. (2012), "The effect of external factors on purchase intention amongst young generation in Malaysia", *International Business Research*, Vol. 5 No. 8, p. 153.
- Maiyaki, A.A. and Ayuba, H. (2015), "Consumers' attitude toward Islamic insurance services (takaful) patronage in Kano metropolis, Nigeria", *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 7 No. 2, pp. 27-34.
- Md Husin, M. and Ab Rahman, A. (2016), "Predicting intention to participate in family takaful scheme using decomposed theory of planned behaviour", *International Journal of Social Economics*, Vol. 43 No. 12, pp. 1351-1366.
- Md Husin, M. and Ab Rahman, A. (2014), "Do Muslims intend to participate in Islamic insurance? Analysis from theory of planned behaviour" *Journal of Islamic Accounting and Business Research* Vol. 7 No. 1, 2016 pp. 42-58.
- Muda, M., Mohd, R. and Hassan, S. (2016), "Online purchase behavior of generation Y in Malaysia", *Procedia Economics and Finance*, Vol. 37, pp. 292-298.
- Mohamad, S.S., Rusdi, S.D., Hashim, N.H. and Husin, N. (2014), "The influence of intrinsic brand cues in intangible service industries: an application to life

- insurance services”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 130, pp. 347-353.
- Ngoqo, B. dan Flowerday, S.V. (2014), “Menghubungkan kesadaran keamanan informasi siswa dan niat perilaku”, *Prosiding Simposium Internasional Kedelapan tentang Aspek Manusia dari Keamanan dan Jaminan Informasi*.
- Ngoqo, B. dan Flowerday, S.V. (2015), “Menjelajahi hubungan antara kesadaran keamanan informasi seluler siswa dan niat perilaku”, *Keamanan Informasi dan Komputer*.
- Nosi, C., D’Agostino, A., Pagliuca, M.M. dan Pratesi, C.A. (2014), "Menabung untuk hari tua: niat membeli anuitas umur panjang orang dewasa muda Italia", *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, Vol. 51, hlm. 85-98.
- Omar, O.E. and Frimpong, N.O. (2007), “Life insurance in Nigeria: an application of the theory of reasoned action to consumers’ attitudes and purchase intention”, *The Service Industries Journal*, Vol. 27 No. 7, pp. 963-976.
- Oni, A.A., Ayo, C. K., Adewoye, O.J. and Eweoya, I.O. (2016), “E-banking users behaviour: e-service quality, attitude, and customer satisfaction”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12 No. 7, pp. 1-32.
- Ordun, G. (2015), “Millennial (gen Y) consumer behavior their shopping preferences and perceptual maps associated with brand loyalty”, *Canadian Social Science*, Vol. 11 No. 4, pp. 40-55.
- Panigrahi, S.K., Azizan, N.A. dan Khan, M.W.A. (2018), “Menyelidiki hubungan empiris antara kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan, dan niat pelanggan membeli produk asuransi jiwa”, *Indian Journal of Marketing*, Vol. 48 No. 1, hlm. 28-46.
- Pidgeon, N. Risk assessment, risk values and the social science programme: Why we do need risk perception research. *Reliab. Eng. Syst. Saf.* 1998, 59, 5–15.
- Putit, L. and Johan, Z.J. (2015), “Consumers acceptance of halal credit card services: an empirical analysis”, *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, Vol. 3 No. 1, pp. 1-9.

- Rahi, S., Ghani, M. and Muhamad, F. (2017), "Inspecting the role of intention to trust and online purchase in developing countries", *J Socialomics*, Vol. 6 No. 1, pp. 2167-0358.
- Rahman, M.M.H.A.A. (2016), "Predicting intention to participate in family takaful", *International Journal of Social Economics*, Vol. 43 No. 12, pp. 2-22.
- Razak, M.I.M., Yusof, R.I.M.M. and Ali, W.E.J.M. (2013), "Acceptance determinants towards takaful products in Malaysia", *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 3 No. 17, pp. 243-252.
- Renner, B.; Schupp, H.; Vollmann, M.; Hartung, F.-M.; Schmälzle, R.; Panzer, M. Risk perception, risk communication and health behavior change. *Z. Für Gesundh.* 2008, 16, 150–153.
- Rohrmann, B. (2008), Risk Perception, Risk Attitude, Risk Communication, Risk Management: A Conceptual Appraisal. In *Proceedings of the International Emergency Management Society Annual Conference*, Prague, Czech Republic.
- Rohrmann, B.; Renn, O. Risk perception research. An introduction. In *Cross-cultural Risk Perception. A Survey of Empirical Studies*; Renn, O., Rohrmann, B., Eds.; Springer: Berlin, Germany, 2000; pp. 11–53.
- Saleem, M.A., Zahra, S. and Yaseen, A. (2017), "Impact of service quality and trust on repurchase intentions – the case of Pakistan airline industry", Vol. 29 No. 5.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016), "Research methods for business: a skill building approach seventh edition". United Kingdom: Wiley.
- Shih, Y. and Fang, K. (2004), "The use of a decomposed theory of planned behavior to study internet banking in Taiwan", *Internet Research*, Vol. 14 No. 3, pp. 213-223.
- Shimp, T.A. and Kavas, A. (1984), "The theory of reasoned action applied to coupon usage", *Journal of Consumer Research*, Vol. 11, pp. 795-809.
- Sinclair, S., Dunn, E. and Lowery, B.S. (2005), "The relationship between parental racial attitudes and children's implicit prejudice", *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 41, pp. 283-289.
- Siswanto, E., & Hasanah, R. M. (2019). Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi Jiwa Konvensional di Indonesia Periode 2015-2018. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 15(1), 43–57.

- Suddin, L., Geoffrey, H.T. and Hanudin, A. (2009), "Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action", *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 2 No. 1, pp. 66-76.
- Taylor, S. and Todd, P.A. (1995), "Understanding information technology usage: a test of competing models", *Information Systems Research*, Vol. 6 No. 2, pp. 144-176.
- Teo, T. and Lee, C.B. (2010), "Explaining the intention to use technology among student teachers: an application of the theory of planned behavior (TPB)", *Campus-Wide Information Systems*, Vol. 27 No. 2, pp. 60-67.
- Tjokrosaputro dan Cokki. (2020), PERAN INNOVATIVENESS SEBAGAI MODERASI PADA KETERKAITAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN KOPI STARBUCKS. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* Vol. 4, No. 1, April 2020: hlm 174-183. DOI: <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7588>
- van de Gaer, E., Pustjens, H., van Damme, J. and de Munter, A. (2007), "Impact of attitudes of peers on language achievement: Gender differences", *Journal of Educational Research*, Vol. 101, pp. 78-92.
- Wiedemann, P.M.; Schütz, H. The precautionary principle and risk perception: Experimental studies in the EMF area. *Env. Health Perspect.* 2005, 113, 402–405.
- Wu, J.J., Chen, Y.H. and Chung, Y.S. (2010), "Trust factors influencing virtual community members: a study of transaction communities", *Journal of Business Research*, Vol. 63 Nos 9/10, p. 1025-1032.
- Yadav, R. and Pathak, G.S. (2016), "Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: extending the theory of planned behavior", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 135, pp. 732-739.
- Yadav, R. and Pathak, G.S. (2017), "Determinants of consumers' green purchase behavior in a developing nation: applying and extending the theory of planned behavior", *Ecological Economics*, Vol. 134, pp. 114-122.
- Yusuf, H.O., Kanma-Okafor, O.J., Ladi-Akinyemi, T.W., Eze, U.T., Egwuonwu, C.C. and Osibogun, A.O. (2019), "Health insurance knowledge, attitude and

the uptake of Community-Based health insurance scheme among residents of a suburb in Lagos”, Nigeria. *West African Journal of Medicine*, Vol. 36 No. 2, pp. 103-111.

Zakaria, Z., Azmi, N.M., Hassan, N.F.H.N., Salleh, W.A., Tajuddin, M.T.H.M., Sallem, N.R.M. dan Noor, J.M.M. (2016), “Niat membeli asuransi jiwa: studi kasus staf di universitas negeri”, *Procedia Economics and Finance*, Vol. 37, hal. 358-365.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Widjaya
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 03 Juni 2000
Jenis Kelamin : Pria
Agama : Kristen
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Citra Garden City 6, Cluster Yellow Chrysant
Blok J2 No 16.
Kelurahan Tegal Alur, Kecamatan Kalideres,
Kode Pos 11820
Telepon : 081298602418
Email : Widjaya.115180085@stu.untar.ac.id

PENDIDIKAN FORMAL

2018 – Sekarang : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tarumanagara
2015 – 2018 : SMA Santo Kristoforus II
2012 – 2015 : SMP Santo Kristoforus II
2006 – 2012 : SD Bethel Dadap

HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

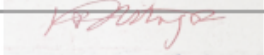
12/31/21, 8:39 AM

Turnitin

Turnitin Originality Report

Processed on: 31-Dec-2021 08:25 WIB
ID: 1736556047
Word Count: 16346
Submitted: 1

Pengaruh Awareness, Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control, Trust, dan Risk Perception Terhadap Purchase Behaviour Polis PT Prudential Life Assurance di Jakarta:Purchase Intention By Sm Widjaya Widjaya



(Lerbin R. Aritonang R.)
Manajemen Litbang FE UNTAR

Similarity Index 9%	Similarity by Source Internet Sources: 9% Publications: 5% Student Papers: N/A
--	--

2% match (Internet from 13-Dec-2021)
<http://repositorv.unh.edu/40311/4.hasilohboxThumbnailVersion/Chapter1.pdf>

2% match (Internet from 22-Dec-2021)
<https://www.coursehero.com/file/117478692/Contoh-Bab-4-dan-5pdf/>

2% match (publications)
[Muhammad Mehedi Masud, Md Rajibul Ahsan, Noor Azina Ismail, Md Sohel Rana. "The underlying drivers of household purchase behaviour of life insurance", Society and Business Review, 2021](#)

1% match (Internet from 13-Nov-2020)
<https://proqdi-manajemen.blogspot.com/2016/06/pengaruh-citra-merek-kepercayaan-merek.html>

1% match (Internet from 12-Nov-2020)
<http://repositorvub.ac.id/8603/1/DITA%20AYU%20EL%20SANTI.pdf>

1% match (Internet from 03-Dec-2020)
http://digilib.uinsby.ac.id/44759/2/Afafu%20Ummah_F02418134.pdf

1% match (Internet from 29-Aug-2017)
http://eprints.unv.ac.id/49005/1/SultanAqunaHidayatullah_14808147004.pdf

1% match (Internet from 10-Nov-2020)
http://repository.pelitabangsa.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/240/1526489027320_SKRIPSI%20FINAL.pdf?isAllowed=v&sequence=-1

Pengaruh Awareness, Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control, Trust, dan Risk Perception Terhadap Purchase Behaviour Polis PT Prudential Life Assurance di Jakarta:Purchase Intention Sebagai Variabel Mediasi Di Ajukan Oleh: WIDJAYA NPM : 115180085 PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA 2021 i BAB I PENDAHULUAN A. Permasalahan 1. Latar Belakang Masalah Saat ini dunia sedang dilanda bencana dengan pandemi Covid-19 yang telah diumumkan WHO (World Health Organization) sejak tanggal 11 Maret 2020. Covid-19 telah menimbulkan guncangan ekonomi, yang mempengaruhi ekonomi secara perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, kecil, menengah maupun besar, bahkan mempengaruhi ekonomi negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional, dan bahkan global (Ayuningtyas & Taufik, 2020). Selain itu akibat dari masa pandemi yang berkepanjangan dan angka penyebaran Covid-19 yang begitu tinggi membuat orang tidak hanya cukup untuk sekedar menjaga hidup sehat. Setiap orang tetap memiliki risiko terkena Covid-19 saat menjalankan rutinitas sehari-hari. Dengan kata lain, risiko untuk mengalami kerugian finansial akibat terkena penyakit akan meningkat. Sehingga semasa pandemi, memiliki asuransi kesehatan merupakan kebutuhan yang sangat penting dan sama halnya dengan dana darurat. Untuk menghindari risiko finansial tersebut, maka perlu memiliki proteksi dini yaitu memiliki produk asuransi kesehatan. Perkembangan asuransi di Indonesia cukup memberikan pengaruh besar. Sekarang ini orang mulai mempertimbangkan asuransi jiwa baik untuk diri sendiri maupun orang-orang sekitar yang mereka cintai. Karena tidak akan ada yang dapat mengetahui apa yang akan terjadi kedepannya. Menurut (Siswanto & Hasanah, 2019) hadirnya perusahaan jasa asuransi dilatar belakang dari semakin sadarnya masyarakat Indonesia terkait ketidakpastian dan ketidakberuntungan yang dapat terjadi dikemudian hari. Asuransi jiwa adalah salah satu jenis asuransi dengan memberikan sejumlah uang pertanggungan terhadap meninggalnya pihak tertanggung kepada kepada salah satu anggota keluarga atau orang yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan dalam polis asuransi (Setiawati, dkk., 2019). Membeli polis asuransi adalah salah satu cara terbaik untuk melindungi keluarga dan orang-orang terkasih dari kesulitan keuangan karena kematian atau cacat tetap. Ini berfungsi sebagai mekanisme dimana individu atau perusahaan mentransfer risiko dan ketidakpastian sebagian ke perusahaan Asuransi (Fadun, 2013; Surminski, 2013). Faktor lain dalam melakukan perilaku pembelian adalah faktor trust. Trust menguatkan keyakinan seseorang dan kesediaannya untuk percaya pada pihak lain. Membangun kepercayaan konsumen merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak dibidang service. (Kim, Xu, & Gupta, 2012). Kepercayaan adalah salah

https://www.turnitin.com/newreport_printview.asp?eq=1&eb=1&em=1&oid=1736556047&sid=0&n=0&m=2&sw=29&=67.59208002868082&la... 1/18