

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK ASURANSI DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP MINAT BELI ASURANSI KEBAKARAN RUMAH TINGGAL (Studi Kasus Rt 03 Rw 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur)

Hanjian Okta Muridha Ariyadi¹, Wahyuari², C. Nike Septivani³
^{1,2,3} Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti, Jakarta Timur 13210, Indonesia

ARTICLE INFO

PBJ use only:

Received date:

Revised date:

Accepted date:

Kata kunci (Keywords)

Product Knowledge, Level of Income, Fire Insurance

ABSTRACT

This study aims to determine whether the community in RT 03 RW 04 Kelapa Dua Wetan, Ciracas, Jakarta Timur the fire hazard of their homes, their interest in buying residential fire insurance which is influenced by product knowledge and the level of income of the residents themselves This study uses a questionnaire distribution system with the target respondents being residents of RT 03, then in conducting this research the authors obtain data which is then processed in such a way as to obtain scientific results that can be accounted for. So in this research have results if product knowledge and income level affect interest in buying residential fire insurance

© 2023 JURNAL ASURANSI INDONESIA. ALL RIGHTS RESERVED

¹ Koresponden penulis:

hanjolakta@gmail.com

DOI:

ISSN :

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan kehidupan manusia mengalami kenaikan yang cukup pesat terutama dalam hal perindustrian, pendidikan, otomotif dan masih banyak lagi. Namun dengan pesatnya perkembangan tersebut akan membawa dampak positif maupun dampak negative. Dampak positif sudah jelas akan membawa keuntungan bagi manusia namun dengan adanya dampak negatif ini kita harus senantiasa berhati hati dalam menyikapinya agar kita terhindar dari kerugian yang timbul dari dampak tersebut.

Asuransi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk melindungi diri kita dari segala ketidakpastian yang bisa menyebabkan kerugian kepada diri kita sendiri, jenis dari asuransi ini sangatlah beragam tergantung pada perlindungan apa yang kita butuhkan. Ada beberapa jenis produk asuransi yang sudah beredar luas di masyarakat seperti asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi kebakaran, asuransi mobil dan masih banyak lagi.

Banyaknya produk asuransi ini akan memberikan pilihan kepada masyarakat untuk memilih perlindungan apa yang diperlukan sehingga penjualan produk asuransi ke masyarakat pun bisa meningkat, namun berdasarkan rujukan dokumentasi dari salah satu media online yaitu jawapos.com Kepala Departemen Pengawasan Industri Keuangan Non Bank (IKNB) 2A OJK (Otoritas Jasa Keuangan) menyebutkan bahwa penetrasi asuransi di Indonesia masih tertinggal dengan negara yang ada di ASEAN. Penetrasi asuransi di Indonesia hingga bulan Februari 2021 masih dibawah 3% dilihat dari pendapatan premi asuransi komersial serta total klaim asuransi komersial.

Seperti yang telah disebutkan oleh Kepala Departemen Pengawasan Industri Keuangan Non Bank (IKNB) 2A OJK mengenai kurangnya penetrasi asuransi di Indonesia, hal ini bisa disebabkan juga karena masyarakat belum memiliki pengetahuan terhadap produk asuransi. Pengetahuan produk ini merupakan hal yang sangat penting yang perlu dikomunikasikan oleh pemasar dalam memberikan arahan atas produk yang ditawarkan

kepada konsumen, terlebih lagi masyarakat masih memiliki persepsi yang beragam tentang asuransi. Beragam persepsi ini muncul disebabkan karena masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang produk – produk asuransi, dengan adanya berbagai macam persepsi ini akan mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap program asuransi terutama asuransi kebakaran.

Selain pengetahuan produk asuransi, pendapatan masyarakat akan mempengaruhi minat beli terhadap produk asuransi itu sendiri, memang pada dasarnya memiliki produk asuransi kebakaran rumah tinggal akan memberikan rasa nyaman dan memberikan ketenangan pikiran terhadap hartanya. Namun tidak bisa dipungkiri juga apabila faktor pendapatan masyarakat juga akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk memiliki produk asuransi kebakaran rumah tinggal ini. Apabila masyarakat memiliki pengetahuan produk asuransi dan pendapatan yang cukup, maka ketertarikan terhadap asuransi akan tumbuh dengan sendirinya karena masyarakat ini membutuhkan rasa aman terhadap kerugian yang mungkin bisa muncul sewaktu – waktu.

Produk asuransi yang beredar saat ini sangat beraneka ragam, salah satunya adalah asuransi kebakaran, dimana asuransi jenis ini akan memberikan jaminan kerugian yang disebabkan oleh beberapa jenis risiko, yaitu kebakaran, petir, ledakan, kejatuhan pesawat terbang dan asap. Asuransi kebakaran sendiri bisa diperluas jaminannya dengan membeli jaminan perluasan seperti gempa bumi, banjir, huru – hara dan lain sebagainya, dalam jenis asuransi kebakaran ini bisa diikuti dari segala level masyarakat dan segala okupasi yang dimiliki masyarakat. Okupasi yang bisa di cover oleh asuransi ini yaitu dari okupasi pabrik, kemudian tambang batu bara, tambang emas hingga okupasi – okupasi kecil seperti ruko dan rumah tinggal.

Jakarta merupakan kota yang memiliki kemungkinan besar untuk terjadinya kebakaran, kebakaran yang terjadi di Jakarta pada umumnya terjadi di wilayah pemukiman warga, entah pemukiman padat penduduk hingga

pemukiman elite yang berisikan rumah – rumah mewah. Oleh karena hal tersebut, asuransi kebakaran rumah tinggal ini menjadi salah satu jenis asuransi yang wajib dimiliki oleh masyarakat Jakarta, hal ini dikarenakan asuransi 3 rumah tinggal akan memberikan jaminan kerugian terhadap rumah mereka beserta harta benda di dalam nya.

Terlebih letak pemukiman warga RT 03 RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur ini juga menuntut masyarakat untuk lebih membuka mata akan pentingnya mengasuransikan rumah tinggal mereka, hal ini dikarenakan letak pemukiman ini bersebelahan atau bahkan bercampur dengan beberapa pabrik serta gudang dari sebuah industry, tidak hanya itu, daerah ini sudah beberapa kali terjadi kebakaran dalam kurun waktu dua tahun terakhir.

Berkaca pada kebakaran yang pernah terjadi di Ciracas, apabila belajar dari pengalaman selama dua tahun terakhir masyarakat seharusnya memiliki kesadaran untuk memiliki asuransi rumah tinggal untuk melindungi harta benda mereka. Kesadaran tersebut secara tidak langsung akan menimbulkan minat beli masyarakat terhadap asuransi kebakaran rumah tinggal, karena mereka akan berpikir untuk mencari perlindungan dari risiko yang mungkin akan menimbulkan kerugian kepada mereka.

Berdasarkan dari beberapa kejadian kebakaran yang terjadi di lingkungan RT 03 RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur, penulis telah melakukan pre survey mengenai asuransi kebakaran rumah tinggal kepada beberapa warga dengan hasil sebagai berikut.

Nama	Apakah anda memiliki polis asuransi kebakaran?	Apakah anda mengetahui fungsi dari asuransi kebakaran?	Apakah anda pernah mendapatkan sosialisasi mengenai asuransi kebakaran?	Apakah anda tahu tentang asuransi?	Apakah anda berminat membeli asuransi kebakaran rumah tinggal?	Asuransi apa yang anda miliki saat ini?
Veterio	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak
Tika	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Askes
Aldo	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	BPJS
Ilham	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Asjiw
Eka	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	BPJS
Nadya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	BPJS

Secara umum asuransi kebakaran ini merupakan suatu hal penting yang harus disadari oleh masyarakat agar harta benda mereka terutama rumah dan isi nya terlindungi oleh proteksi asuransi kebakaran yang akan menciptakan ketenangan pikiran. Sebelum memiliki asuransi kebakaran rumah tinggal ini masyarakat sudah semestinya memiliki minat beli yang ditumbuhkan oleh peran agen asuransi dalam mensosialisasikan produk – produk asuransi serta betapa pentingnya memiliki asuransi kebakaran rumah tinggal, selain mengetahui produk asuransi tersebut, masyarakat juga akan mempertimbangkan posisi pendapatan atau posisi ekonomi mereka sebelum memutuskan membeli atau tidak produk asuransi tersebut.

B. PERMASALAHAN

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan produk asuransi terhadap minat beli masyarakat?
2. Apakah terdapat pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat beli asuransi kebakaran rumah tinggal?
3. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan produk asuransi dan tingkat pendapatan terhadap minat beli asuransi kebakaran rumah tinggal?
4. Seberapa besar pengaruh pengetahuan produk asuransi dan tingkat pendapatan masyarakat terhadap minat beli asuransi kebakaran rumah tinggal?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk asuransi terhadap minat beli asuransi kebakaran rumah tinggal di masyarakat
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pendapatan masyarakat terhadap minat beli asuransi kebakaran rumah tinggal
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk asuransi dan tingkat pendapatan terhadap minat beli asuransi kebakaran rumah tinggal
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan produk asuransi dan tingkat pendapatan masyarakat terhadap minat beli

D. METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2015:8), metode kuantitatif adalah: Metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggambarkan hubungan variable bebas dan terikat dalam hal ini adalah Pengetahuan Produk (X1) dan Tingkat Pendapatan (X2) terhadap Minat Beli (Y).

Pengumpulan data pada skripsi ini dengan menggunakan kuesioner yang tertutup dan menggunakan skala Likert untuk bisa mendapatkan pengukuran data yang lebih Valid. Skala Likert ini pertama kali dikembangkan oleh Rensis Likert di tahun 1932 saat mengukur sikap masyarakat, total skor merupakan penjumlahan skor responsi dari responden yang hasilnya ditafsirkan sebagai posisi responden. Skala ini menggunakan ukuran ordinal sehingga dapat membuat ranking walaupun tidak diketahui berapa kali satu responden lebih baik atau lebih buruk dari responden lainnya. Menurut M. Nazir (2005:43) Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, dengan 5 alternatif jawaban seperti dibawah ini, SS : Sangat Setuju (dengan skor nilai 5) S : Setuju (dengan skor nilai 4) N : Netral/Ragu – ragu (dengan skor nilai 3) TS : Tidak Setuju (dengan skor nilai 2) STS : Sangat Tidak Setuju (dengan skor nilai 1)

E. Teknik Analisis Data

Uji Kalibrasi

1. Uji Validitas

Uji Validitas ini digunakan dalam suatu penelitian untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Sesuai dengan Ghazali (2016:45) suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur

oleh kuesioner tersebut. Kuesioner yang dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur menggunakan kuesioner tersebut.

Uji Validitas ini menggunakan rumus Pearson Produk Moment, yaitu suatu analisis dari korelasi antara skor butir instrument dengan skor total semua butir instrument variable service quality. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai hitung (correlated item-total correlation) dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Untuk menguji validitas dari pertanyaan dengan taraf signifikansi (α) = 5 % di gunakan rumus koefisien korelasi produk moment dari Karl Pearson.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah Uji data yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut konsistensi jawaban ini apabila diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α).

Apabila nilai dari alpha > 0.7 artinya reliabilitas dari kuesioner tersebut telah mencukupi (sufficient reliability) sementara apabila alpha > 0.8 akan memberikan informasi apabila seluruh item reliable dan seluruh tes yang dilakukan secara sistem memiliki reliabilitas yang kuat.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memperlihatkan apabila sampel di ambil dari populasi yang memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas ini dilakukan dengan teknik P-Plot. Sesuai yang telah diungkapkan oleh Santoso (2012;195) metode P-Plot yang digunakan untuk menguji normalitas dengan

melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normalitas. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat dideteksi dengan menghitung koefisien ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Jika suatu model regresi mengandung multikolinieritas maka kesalahan standar estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel tidak bebas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi kasus multikolinieritas. Adapun dengan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Variance Inflating Faktor (VIF) = 10, yaitu:
 - Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas
 - Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas
- b. Tolerance Value (TV) = 0,1, yaitu:
 - Jika nilai TV < 0,1 maka terjadi multikolinieritas
 - Jika nilai TV > 0,01 maka tidak terjadi multikolinieritas

3. Uji Homokedastisitas

Salah satu asumsi penting dari analisis regresi adalah residual yang muncul merupakan homokedastik. Heteroskedasticity (penyebaran) dan Homos (sama) jadi homokedastisitas merupakan ragam yang sama, atau dengan kata lain variabel pengganggu memiliki ragam yang sama. Model regresi yang baik ialah memiliki homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian heterokedastisitas dapat dilakukan menggunakan scatter plot. Kriteria ideal hasil uji heterokedastisitas ialah dengan melihat titik - titik yang menyebar secara acak sertatersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 dan sumbu Y

4. Uji Autokorelasi

Ghozali (2016:110) mengungkapkan uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson.

5. Uji Linearitas

Uji linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasa digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi Linear memiliki fungsi untuk mengetahui apakah variable independent bebas (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependent terikat (Y). Kemudian analisis regresi linear berganda ini mempunyai persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

Keterangan:

Y = Variable Dependent (Minat Beli)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variable

X₁ = Variable Independent (Pengetahuan Produk)

X₂ = Variable Dependent (Tingkat Pendapatan)

Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien korelasi tersebut yang sudah dilakukan, selanjutnya untuk menentukan besar kecilnya pengaruh variabel x terhadap variabel y, penelitian ini melakukan uji koefisien determinasi. Sebagaimana yang sudah diungkapkan oleh Menurut Kuncoro (2013:246) Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi / R² berada pada rentang angka nol (0) dan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi mendekati angka nol (0) hal ini berarti berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Namun sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi variabel tersebut

mendekati angka satu (1) hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat semakin kuat.

Hipotesis Statistik

Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Uji t merupakan sebuah uji signifikansi yang dapat menunjukkan seberapa jauh satu variabel bebas secara individual menerangkan variabel terikat. Variabel yang memiliki nilai koefisien korelasi yang semakin besar maka variabel tersebut memiliki pengaruh paling dominan ternyata variabel terikatnya (Kuncoro 2013:244). Apabila didapatkan hasil uji t dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka variabel independen tersebut secara parsial berpengaruh pada variabel dependen. Sedangkan menurut Ghozali (2016:84) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/bebas secara individual dalam menerangkan variasi 32 variabel terikat. Pengujian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau parsial.

Uji Hipotesis dengan Uji F

Uji F ini merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang berkerja bersamaan atau simultan, apabila dikaitkan dengan hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₀ : Variabel pengetahuan produk dan tingkat pendapatan secara bersama sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli.

H_a : Variabel pengetahuan produk dan tingkat pendapatan secara bersama- sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli.

TEORI TERKAIT

Pengertian Minat Beli

Minat Beli adalah tindakan pribadi dengan tendensi yang relatif terhadap merek. Sikap adalah evaluasi ringkasan, minat merupakan "motivasi seseorang dalam arti

rencana sadarnya untuk mengerahkan usaha untuk melaksanakan perilaku" (Josephine, 2006).

Kemudian menurut Pramono (2012:136) Minat beli (willingness to buy) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukai atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan.

Menurut Simora (dalam Murtadana, 2014:24) adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan obyek tersebut. Selanjutnya menurut Sciffman dan Kanuk (dalam Adi, 2015:36) minat beli dapat diartikan sebagai suatu sikap konsumen yang senang terhadap objek tersebut dengan cara membayar uang atau dengan pengorbanan.

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2014) mengungkapkan bahwa pengertian minat beli ialah konsumen merasa memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian terhadap suatu merek atau melakukan tindakan yang berhubungan dengan pembelian dan diukur engan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Selanjutnya menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa minat beli adalah perilaku pelanggan yang muncul sebagai respons terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian

Hierarki respons konsumen memiliki empat model antara lain yaitu : model AIDA, model hierarki inovasi adopsi, model hierarki pengaruh, dan model komunikasi. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian

sejumlah produk dengan merek tertentu. Dari semua model tersebut mengasumsikan bahwa pembeli melewati tahap kognitif, afektif, dan tahap perilaku.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan minat beli merupakan pernyataan mental konsumen atau pelanggan yang menunjukkan ketertarikan terhadap obyek tersebut dan memiliki keinginan untuk memiliki dengan cara melakukan pembelian. Kemudian hierarki respons konsumen memiliki empat model antara lain yaitu : model AIDA, model hierarki inovasi adopsi, model hierarki pengaruh, dan model komunikasi.

Menurut Kotler dan Keller (2012:503) menjelaskan bahwa indikator minat beli adalah melalui model stimuli AIDA yaitu attention (perhatian), interest (minat), desire (keinginan), dan action (tindakan). Penjelasan dari masing- masing indikator minat beli tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perhatian (Attention)

Minat beli seseorang diawali dengan tahap perhatian terhadap suatu produk, setelah mendengar atau melihat produk yang dipromosikan oleh perusahaan.

2. Minat (Interest)

Setelah mendapatkan informasi mengenai produk yang dipromosikan oleh perusahaan, maka timbul minat konsumen terhadap produk tersebut. Jika konsumen terkesan dengan stimuli yang diberikan oleh perusahaan, maka pada tahap ini akan timbul rasa ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan.

3. Keinginan (Desire)

Setelah konsumen mendalami tentang kelebihan dari produk, maka pada tahap ini konsumen akan memiliki keinginan dan hasrat untuk membeli produk tersebut.

4. Tindakan (Action)

Pada tahap ini, konsumen sudah melewati beberapa tahap yaitu mulai dari melihat dan mendengar suatu produk yang dipromosikan, sehingga timbul perhatian, ketertarikan dan minat terhadap produk. Jika adanya keinginan dan hasrat yang kuat, maka akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Menurut Tjiptono (2012), faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah. Dimensi nilai terdiri dari 4, yaitu:

1. Nilai emosional, utilitas yang berasal dari perasaan atau afektif atau emosi positif yang ditimbulkan dari mengonsumsi produk. Jika konsumen mengalami perasaan positif (positive feeling) pada saat membeli atau menggunakan suatu merek, maka merek tersebut memberikan nilai emosional. Pada intinya nilai emosional berhubungan dengan perasaan, yaitu perasaan positif apa yang akan dialami konsumen pada saat membeli produk

2. Nilai sosial, utilitas yang didapat dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri-sosial konsumen. Nilai sosial merupakan nilai yang dianut oleh suatu konsumen, mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk oleh konsumen

3. Nilai kualitas, utilitas yang didapat dari produk karena reduksi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang.

4. Nilai fungsional adalah nilai yang diperoleh dari atribut produk yang memberikan kegunaan (utility) fungsional kepada konsumen nilai ini berkaitan langsung dengan fungsi yang diberikan oleh produk atau layanan kepada konsumen.

Konsumen dimanapun dan kapanpun akan dihadapkan dengan sebuah keputusan pembelian untuk melakukan transaksi pembelian. Dimana konsumen akan membandingkan atau mempertimbangkan satu barang dengan barang yang lainnya untuk mereka konsumsi. Beberapa faktor yang membentuk minat beli konsumen (Kotler dan Keller 2012) yaitu:

1. Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu, intensitas sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi

konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

2. Faktor situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak.

Kemudian menurut Ferdinand dalam Faradiba (2013) minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator – indikator antara lain :

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli produk

2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain

3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut

4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat – sifat positif dari produk tersebut.

Pengertian pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek. Penginderaan terjadi melalui pancaindera manusia yakni, indera pendengaran, penglihatan, penciuman, perasaan dan perabaan. Sebagian pengetahuan manusia didapat melalui mata dan telinga. Motoatmojo (2012)

Sedangkan menurut Donsu (2017) Pengetahuan adalah hasil dari raasa keingintahuan melalui proses sensoris, terutama pada mata dan telinga terhadap objek tertentu. Pengetahuan merupakan domain yang penting dalam terbentuknya perilaku terbuka atau open behavior

Markoni (2008:88) menjelaskan pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.

Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut produk atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan konsumen tentang produk memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Secara umum, konsumen dapat memiliki tiga jenis pengetahuan tentang produk, yaitu pengetahuan tentang ciri serta karakteristik produk.

Sedangkan Peter dan Olson (2011) mendefinisikan sebuah pengetahuan produk sebagai pengetahuan konsumen yang berkaitan dengan pengetahuan tentang ciri atau karakter produk, konsekuensi menggunakan produk dan nilai tingkat kepuasan akan dicapai oleh produk.

Pengetahuan konsumen pada suatu produk yang baik biasanya memiliki pengetahuan mengenai produk yang akan dibelinya. Menurut Peter dan Olson (2010:75) pengetahuan memiliki empat indikator, yaitu :

1. Atribut produk

Atribut produk adalah aspek fisik dari suatu produk atau jasa yang dapat dilihat atau dirasakan

2. Manfaat Fisik

Manfaat fisik adalah dampak yang langsung dapat dirasakan ketika konsumen berinteraksi dengan produk atau jasa yang digunakan

3. Manfaat Psikologis

Manfaat psikologis adalah dampak tidak langsung yang diperoleh konsumen ketika berinteraksi dengan suatu produk atau jasa

4. Nilai-nilai yang diperoleh saat menggunakan produk

Nilai-nilai yang diperoleh saat menggunakan produk adalah hal apa yang didapatkan konsumen setelah menggunakan produk tersebut, kepuasan atau kekecewaan pada produk tersebut

Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi. Balas jasa tersebut bisa berupa upah, bunga, sewa, maupun, laba tergantung pada faktor produksi pada yang

dilibatkan dalam proses produksi (Yuliana Sudremi 133:2007)

Kemudian menurut Wahyu Adji (2004:3) pendapatan yaitu uang yang diterima oleh seseorang dari perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga dan laba termasuk juga beragam tunjangan, seperti kesehatan dan pensiun. Sedangkan menurut Reksoprayitno (2004:79) Pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu,

Tingkat Pendapatan juga memiliki beberapa indikator menurut Bramastuti (2009:48) antara lain yaitu :

1. Pendapatan yang diterima per bulan
2. Pekerjaan
3. Anggaran biaya sekolah

Berdasarkan dari pemaparan Badan Pusat Statistik dalam Risman (2020:56) tingkat pendapatan penduduk memiliki indikator seperti berikut :

1. Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000 per bulan.
2. Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antar Rp. >2.500.000 s/d Rp. 3.500.000 per bulan.
3. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. >1.500.000 s/d Rp. 2.500.000 per bulan.
4. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata dibawah Rp. 1.500.000 per bulan.

Pendapatan seseorang ini akan mempengaruhi barang – barang atau jasa yang digunakan karena akan di sesuaikan dengan pendapatan yang dimiliki, sehingga semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang, maka akan semakin banyak pula barang yang di konsumsi oleh individu tersebut. Seperti yang telah diungkapkan oleh Soekartawi (132:2002) sebelum adanya penambahan pendapatan, beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik, tingkat pendapatan masyarakat yang memiliki penghasilan kecil akan berupaya untuk

memenuhi kebutuhan sehari – hari mereka, kemudian untuk keluarga yang memiliki penghasilan menengah, mereka akan lebih memiliki arah untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari yang lebih layak dalam hal makanan, pakaian, pendidikan, pendidikan dan lain sebagainya. Sedangkan untuk keluarga yang memiliki pendapatan tinggi mereka akan memiliki kecukupan dana untuk memenuhi segala keinginan mereka dalam hal apapun.

Kemudian seperti yang diungkapkan Ratna (2008:117) dalam Wulansari (2017:19) adapun faktor – faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah :

1. Kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.

2. Jenis pekerjaan, terdapat banyak jenis pekerjaan yang dapat dipilih seseorang dalam melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan penghasilan

3. Kecakapan dan keahlian, dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

4. Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh. Selain itu juga lokasi bekerja yang dekat dengan tempat tinggal dan kota, akan membuat seseorang lebih semangat untuk bekerja.

5. Keuletan kerja, pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meneliti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

6. Banyak sedikitnya modal yang digunakan, besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang akan diperoleh.

Selanjutnya berdasarkan teori diatas maka dapat di simpulkan pendapat adalah suatu jumlah penghasilan yang didapatkan seseorang dalam jangka waktu tertentu sebagai balas jasa dari faktor – faktor produksi.

Pengertian Asuransi

Asuransi menurut Prodojikoro (2000:1) didalam bukunya memaknai asuransi sebagai suatu persetujuan dimana pihak yang menjamin berjanji kepada pihak yang dijamin untuk menerima sejumlah uang premi sebagai pengganti kerugian yang mungkin akan diderita oleh yang dijamin karena akibat dari suatu peristiwa yang belum jelas. Hal itu selaras dengan yang diungkapkan oleh Rianto (2012:2) Asuransi merupakan sebuah mekanisme perlindungan terhadap pihak tertanggung apabila mengalami resiko di masa yang akan datang dimana pihak tertanggung akan membayar premi guna mendapatkan ganti rugi dari pihak penanggung.

Kemudian menurut Mehr dan Cammack (2011:7) asuransi merupakan suatu alat untuk mengurangi risiko keuangan, dengan cara pengumpulan unit – unit exposure dalam jumlah yang memadai, untuk membuat agar kerugian individu dapat diperkirakan. Kemudian kerugian dapat diramalkan itu dipiku merata oleh mereka yang bergabung. Sedangkan menurut Menurut Darmawi (2012:2) definisi asuransi bisa dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu dari sudut pandang ekonomi, hukum, bisnis, sosial, atupun berdasarkan pengertian matematika. Hal ini dikarenakan asuransi merupakan bisnis yang unik, yang di dalamnya terdapat kelima aspek tersebut, adapun pengertian asuransi menurut kelima aspek tersebut sebagai berikut,

1. Ekonomi

Dalam pandangan ekonomi, asuransi merupakan suatu metode untuk mengurangi risiko dengan jalan memindahkan dan mengkombinasikan ketidakpastian akan adanya kerugian keuangan (financial). Jadi, berdasarkan konsep ekonomi, asuransi berkenaan dengan pemindahan dan mengkombinasikan risiko.

2. Hukum

Dari sudut pandang hukum, asuransi merupakan suatu kontrak (perjanjian) pertanggung risiko antara tertanggung dengan penanggung. Penanggung berjanji akan membayar kerugian yang disebabkan risiko yang dipertanggung kepada tertanggung. Sedangkan tertanggung membayar premi secara periodik kepada penanggung. Jadi, tertanggung mempertukarkan kerugian besar yang mungkin terjadi dengan pembayaran tertentu yang relatif lebih kecil.

3. Bisnis

Menurut pandangan bisnis, asuransi adalah sebuah perusahaan yang usaha utamanya menerima/menjual jasa, pemindahan risiko dari pihak lain dan memperoleh keuntungan dengan berbagai risiko (sharing of risk) di antara sejumlah besar nasabahnya. Selain itu, asuransi juga merupakan lembaga keuangan bukan bank, yang kegiatannya menghimpun dana (berapa premi) dari masyarakat yang kemudian diinvestasikan dana itu dalam berbagai kegiatan ekonomi (perusahaan).

4. Sosial

Dari sudut pandang sosial, asuransi didefinisikan sebagai organisasi sosial yang menerima pemindahan risiko dan mengumpulkan dana dari anggota - anggotanya guna membayar kerugian yang mungkin terjadi pada masing - masing anggota tersebut. Karena kerugian tidak pasti akan terjadi pada setiap anggota, maka anggota yang tidak pernah mengalami kerugian dari sudut pandang sosial merupakan penyumbang terhadap organisasi. Hal itu berarti kerugian setiap anggota dipikul bersama.

5. Matematika

Dalam pandangan matematika, asuransi merupakan aplikasi matematika dalam memperhitungkan biaya dan pertanggung risiko. Hukum probabilitas dan tehnik statistik dipergunakan untuk mencapai hasil yang dapat diramalkan.

Dari pengertian yang telah disampaikan oleh penulis, penulis dapat menyimpulkan bahwa asuransi adalah suatu kegiatan transfer risiko dari tertanggung kepada penanggung dengan membayarkan sejumlah premi, kemudian apabila dari sisi

tertanggung mengalami sebuah kerugian yang dijamin oleh polis asuransi, maka penanggung memiliki kewajiban untuk membayar klaim dari kerugian tersebut.

Asuransi Kerugian

Asuransi kerugian yaitu mengantisipasi suatu gejala atau peristiwa meliputi kerusakan, kemusnahan objek yang diasuransikan oleh sebab atau peristiwa. yang dipertanggung Adapun mengenai sebab hendaknya dicantumkan dalam polis (Asikin 2013:286)

Asuransi kebakaran menurut pasal 290 KUHD yaitu asuransi kebakaran adalah pertanggungan yang menjamin kerugian atau kerusakan atas harta benda berupa harta tetap dan harta bergerak yang disebabkan kebakaran yang terjadi karena api sendiri atau api dari luar karena udara jelek, kurang hati – hati, kesalahan atau perbuatan tidak pantas dari pelayanan tertanggung, tetangga, musuh, perampok, dan apa saja, dan dengan cara bagaimana pun sebab timbulnya kebakaran.

Asuransi kebakaran di Indonesia biasa disebut dengan PSAKI atau Polis Standar Asuransi Kebakaran Indonesia, kemudian risiko – risiko yang dijamin menurut wording PSAKI antara lain sebagai berikut :

1. Kebakaran

- Yang disebabkan oleh kurang hati-hatian atau kesalahan Tertanggung atau pihak lain, ataupun karena sebab kebakaran lain sepanjang tidak dikecualikan dalam Polis
- Yang diakibatkan oleh menjalarnya api atau panas yang timbul sendiri atau karena sifat barang itu sendiri
- Yang diakibatkan oleh hubungan arus pendek
- Yang diakibatkan oleh kebakaran yang terjadi karena kebakaran benda lain di sekitarnya dengan ketentuan kebakaran benda lain tersebut bukan akibat dari risiko yang dikecualikan Polis

2. Petir

Kerusakan yang secara langsung disebabkan oleh petir. Khusus untuk mesin listrik, peralatan listrik atau elektronik dan instalasi listrik, kerugian atau kerusakan dijamin oleh Polis ini apabila petir tersebut

menimbulkan kebakaran pada benda-benda dimaksud.

3. Ledakan

Setiap pelepasan tenaga secara tiba-tiba yang disebabkan oleh mengembangnya gas atau uap

4. Kejatuhan Pesawat Terbang

Kejatuhan pesawat terbang yang dijamin dalam polis ini adalah benturan fisik antara pesawat terbang termasuk helikopter atau segala sesuatu yang jatuh dari padanya dengan harta benda dan atau kepentingan yang dipertanggung atau dengan bangunan yang berisikan harta benda dan atau kepentingan yang dipertanggung.

5. Asap

Yang berasal dari kebakaran harta benda yang dipertanggung pada Polis ini atau Polis lain yang berjalan serangkai dengan Polis ini untuk kepentingan Tertanggung yang sama.

Kemudian menurut Prihantoro (2004:22) berdasarkan benda pertanggungannya asuransi kebakaran dibagi menjadi tiga jenis, yakni:

1. Gedung atau bangunan
2. Barang dagangan yang ada didalamnya dan
3. Gedung atau bangunan dan barang dagangan yang ada di dalam nya.

PEMBAHASAN

Deskripsi Hasil Penelitian

Deskriptif Data / Karakteristik Responden Warga Rt 04 Rw 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur hidup berdampingan dengan beberapa industri serta beberapa gudang sehingga membuat lokasi pemukiman ini memiliki risiko yang tinggi terkait dengan risiko kebakaran rumah tinggal. Hal ini terbukti dengan adanya peristiwa kebakaran yang terjadi berulang di lingkungan tempat tinggal ini, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui tingkat minat beli yang dimiliki oleh warga yang tinggal di lingkungan tersebut.

Pada penelitian ini terdapat sebanyak 54 responden yang di dapatkan dari warga masyarakat Rt 03 Rw 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur yang memiliki populasi 104 jiwa. Penentuan sampel ini tentunya tidak semata – mata tanpa melakukan perhitungan, pada penentuan

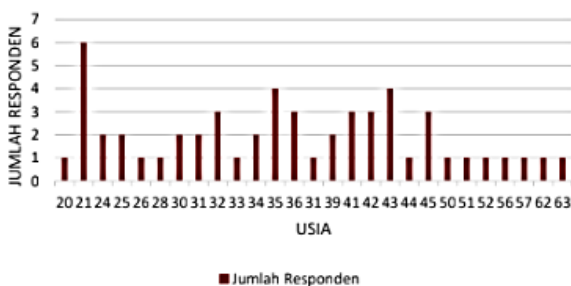
sampel ini peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah minimal sampel yang harus dikumpulkan pada penelitian ini, kemudian peneliti menggunakan standar error sebesar 10% pada penghitungan jumlah sampel ini, dalam pemilihan responden ini dilakukan dengan sistem random da ada beberapa terdapat responden yang masih mengontrak namun mereka memiliki minat beli asuransi rumah tinggal pada saat mereka memiliki rumah sendiri.

Pada penghitungan jumlah sampel didapatkan hasil sebesar 50.9 dan dibulatkan menjadi 51 responden, sehingga minimal responden yang harus diambil di dalam penelitian ini berjumlah 51 orang. Dalam penelitian ini peneliti akan menanyakan data responden yaitu usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan serta pekerjaan. Dibawah ini peneliti akan mendeskripsikan mengenai karakteristik responden yang akan di ambil oleh peneliti.

Tabel Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
20	1	2%
21	6	11%
24	2	4%
25	2	4%
26	1	2%
28	1	2%
30	2	4%
31	2	4%
32	3	6%
33	1	2%
34	2	4%
35	4	7%
36	3	6%
31	1	2%
39	2	4%
41	3	6%
42	3	6%
43	4	7%
44	1	2%
45	3	6%
50	1	2%
51	1	2%
52	1	2%
56	1	2%
57	1	2%
62	1	2%
63	1	2%
Total	54	100%

CHART RESPONDEN



Gambar Responden Berdasarkan Usia

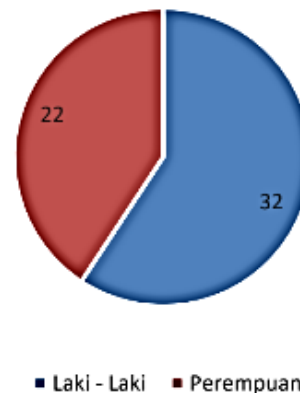
Dari tampilan tabel diatas, dapat diketahui bahwa usia dari responden yang diambil memiliki keanekaragaman usia, dimulai dari yang paling muda berusia 20 tahun hingga usia 63 tahun. Pada sampel yang diambil oleh peneliti persentase responden terbesar terdapat pada usia 21 tahun sebesar 11%, kemudian disusul oleh usia 35 dan 43 yang memiliki persentase sebesar 7%.

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki - Laki	32	59%
Perempuan	22	41%
Total	54	100%

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



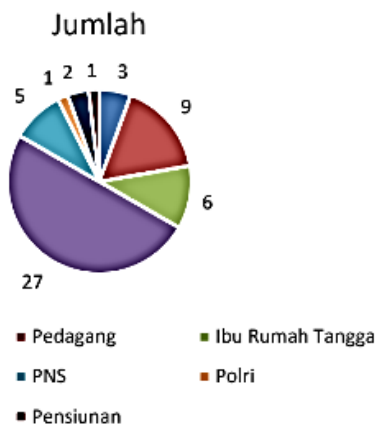
Gambar Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan table di atas bahwa sampel pada penelitian ini berjumlah 54 orang yang terdiri dari 59% sampel dengan jenis kelamin laki – laki dan 41% sampel dengan jenis kelamin perempuan.

3. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Buruh	3	6%
Pedagang	9	17%
Ibu Rumah Tangga	6	11%
Karyawan	27	50%
PNS	5	9%
Polri	1	2%
Wirausaha	2	4%
Pensiunan	1	2%
Total	54	100%



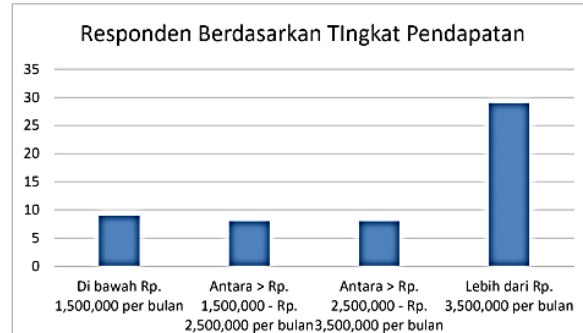
Gambar Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sampel pada penelitian ini memiliki beragam pekerjaan, dimana jumlah pekerjaan paling banyak yaitu sebagai karyawan yang berjumlah 27 orang dengan persentase 50% sedangkan persentase paling sedikit berasal dari pensiunan dimana hanya terdapat 1 orang pensiunan di penelitian ini dengan persentase sebesar 2%.

4. Responden Berdasarkan Besarnya Pendapatan

Tabel Responden Berdasarkan Besar Pendapatan

Besar Pendapatan	Jumlah	Persentase
Di bawah Rp. 1,500,000 per bulan	9	17%
Antara > Rp. 1,500,000 - Rp. 2,500,000 per bulan	8	15%
Antara > Rp. 2,500,000 - Rp. 3,500,000 per bulan	8	15%
Lebih dari Rp. 3,500,000 per bulan	29	54%
Total	54	100%



Pada tabel di atas menunjukkan gambaran responden mengenai besarnya tingkat pendapatan atau penghasilan, dari 54 responden yang ada pada penelitian ini sebanyak 9 orang atau 17% responden memiliki penghasilan dibawah Rp. 1,5 juta per bulan, kemudian sebanyak 8 orang atau 15% responden memiliki penghasilan antara Rp. 1,5 – Rp. 2,5 juta per bulan, selanjutnya sebanyak 8 orang atau 15% responden memiliki penghasilan antara Rp. 2,5 juta – Rp. 3,5 juta per bulan, kemudian terdapat 29 orang atau 54% responden memiliki pendapatan lebih dari Rp. 3,5 juta per bulan.

Hasil Uji Validitas

Menurut Ghazali, 2005 : 45 Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item-total correlation) dengan nilai r tabel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS untuk melakukan penghitungan Uji Validitas sehingga mendapatkan hasil seperti berikut ini: Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Asuransi

Tabel Uji Validitas Tingkat Pengetahuan

Variabel Tingkat Pengetahuan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0.885	0.268	Valid
Pertanyaan 2	0.957	0.268	Valid
Pertanyaan 3	0.942	0.268	Valid
Pertanyaan 4	0.907	0.268	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung untuk masing masing indikator yang digunakan dalam kuesioner nilainya lebih besar dari nilai r tabel. Nilai r tabel untuk sampel berjumlah 54 dengan taraf signifikansi 5% adalah sebesar 0,268. Pada penelitian ini karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dengan demikian instrumen pengukur atau indikator dalam kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan produk dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pendapatan

Tabel Uji Validitas Tingkat Pendapatan

Variabel Tingkat Pendapatan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	1.000	0.268	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung untuk indikator yang digunakan dalam kuesioner nilainya lebih besar dari nilai r tabel. Nilai r tabel untuk sampel berjumlah 54 dengan taraf signifikansi 5% adalah sebesar 0,268.

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Asuransi Kebakaran Rumah Tinggal

Tabel Uji Validitas Minat Beli

Variabel Minat Beli	R hitung	R tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0.941	0.268	Valid
Pertanyaan 2	0.838	0.268	Valid
Pertanyaan 3	0.959	0.268	Valid
Pertanyaan 4	0.942	0.268	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung untuk masing masing indikator yang digunakan dalam kuesioner nilainya lebih besar dari nilai r tabel. Nilai r tabel untuk sampel berjumlah 54 dengan taraf signifikansi 5% adalah sebesar 0,268. Pada penelitian ini karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dengan demikian instrumen pengukur atau indikator dalam kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel minat beli asuransi kebakaran rumah tinggal dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari

waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2016:41-42). Peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan SPSS dan mendapatkan hasil seperti dibawah ini:

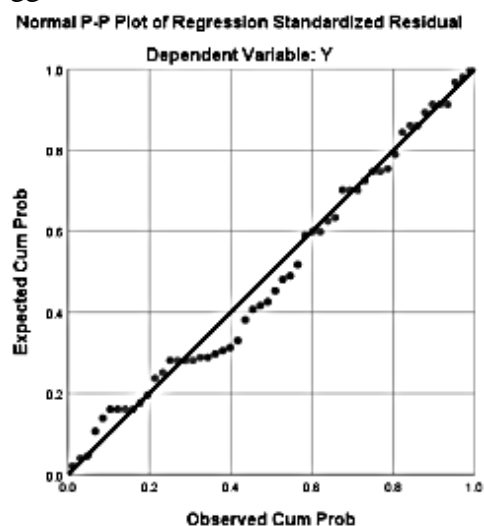
Tabel Uji Validitas Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standard Item	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	0.947	0.60	Reliable
Tingkat Pendapatan (X2)	1.000	0.60	Reliable
Minat Beli (Y)	0.941	0.60	Reliable

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas tersebut, didapatkan bahwa nilai dari Cronbach Alpha lebih besar dari 0.06 dan dengan demikian instrument pengukur yang digunakan dalam penelitian ini bisa dinyatakan handal atau reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)

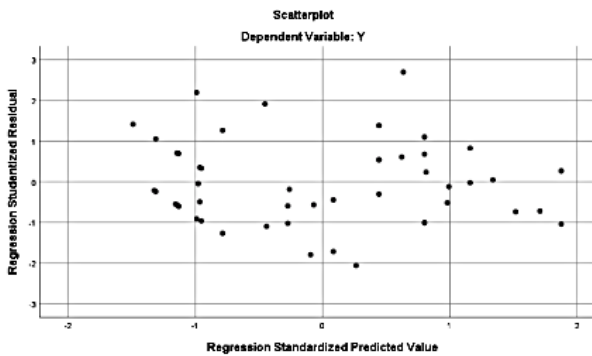
Menurut Santoso (2012) metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah mendeteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normalitas. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Kemudian berikut ini adalah hasil uji normalitas data dengan metode P-Plot menggunakan SPSS.



Berdasarkan hasil dari uji normalitas data diatas, diketahui bahwa titik – titik yang terjadi berada tidak jauh atau di sekitar garis diagonal dan oleh karena hal tersebut hal ini menunjukkan bahwa data yang diambil memiliki distribusi normal.

Hasil Uji Asumsi Klasik (Uji Heteroskedastisitas)

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Dari hasil uji heteroskesdastisitas diatas menunjukkan bahwa titik – titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 serta diatas maupun dibawah sumbu Y. oleh karena hal tersebut data disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskesdastisitas pada model regresi tersebut sehingga model regresi tersebut layak digunakan untuk melakukan penelitian.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Menurut Ghozali (2018, p. 105), tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas

dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF < 10, berarti tidak terdapat multikolinearitas. 42 Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinearitas dalam data. Selanjutnya berikut adalah hasil dari pengujian multikolinearitas:

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
Pegetahuan Produk	0.638	1.568
Tingkat Pendapatan	0.638	1.568

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa nilai VIF variabel X1 (Pengetahuan Produk) dan X2 (Tingkat Pendapatan) adalah $1.568 < 10$ maka dari hasil tersebut bisa disimpulkan bawah tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi ini dilakukan dengan menggunakan SPSS dan pada uji autokorelasi ini peneliti menggunakan metode Durbin Watson sehingga diperoleh hasil seperti dibawah ini:

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.854 ^a	.729	.718	2.77196	1.677

a. Predictors: (Constant), X2, X1
 b. Dependent Variable: Y

Uji autokorelasi dilakukan dengan metode Durbin Watson (DW). Menurut Ghozali (2018:112) dasar penentuan ada atau tidaknya kasus autokorelasi didasari oleh kaidah berikut: $-0 < d < dl =$ ada autokorelasi positif - $dl \leq d \leq du =$ tidak ada autokorelasi positif - $4 - dl < d < 4 =$ ada autokorelasi negatif - $4 - du \leq d \leq 4 - dl =$ tidak ada autokorelasi negatif - $du < d < 4 - du =$ tidak ada autokorelasi positif atau negatif. Dari ketentuan diatas serta hasil uji autokorelasi tersebut, maka didapatkan hasil dU sebesar 1.638 kemudian d 1.677 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi positif maupun negative dikarenakan $dU < d < 4 - dU = 1.638 < 1.677 < 2.36$

Hasil Uji Linearitas

Uji Linearitas yang ada pada penelitian ini menggunakan Test for Linearity yang

menggunakan taraf signifikansi 0.05 sehingga kriteria pengujian dengan dua variabel bisa dikatakan mempunyai hubungan yang linear jika nilai signifikansi pada linearity > 0.05 maka kedua variabel tersebut memiliki hubungan secara linier. Berikut ini adalah hasil uji linearitas dari Pengetahuan Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli * Pengetahuan Produk	Between Group	Combined	1238.933	15	82.596	15.158	,000
		Linearity	1121.288	1	1121.288	205.774	,000
	Within Group	Deviation from Linearity	117.646	14	8.403	1.542	,143
		Total	207.067	38	5.449		
Total			1446	53			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi linearity sebesar 0.143 pada hubungan antara variabel pengetahuan produk (X1) dengan minat beli (Y). Nilai signifikansi dari tabel diatas 0.143 > 0.05 dan dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel pengetahuan produk X1 dengan minat beli (Y). Selanjutnya berikut ini adalah hasil dari uji linearitas antara Tingkat Pendapatan (X2) dengan Minat Beli (Y).

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli * Tingkat Pendapatan	Between Group	Combined	620.293	3	206.764	12.52	,000
		Linearity	594.014	1	594.014	35.97	,000
	Within Group	Deviation from Linearity	26.279	2	13.14	,796	,457
		Total	825.707	50	16.514		
Total			1446	53			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi linearity sebesar 0.457 pada hubungan antara variabel tingkat pendapatan (X2) dengan minat beli (Y). Nilai signifikansi dari tabel diatas 0.457 > 0.05 dan dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel tingkat pendapatan X2 dengan minat beli (Y).

Hasil Regresi Linear Berganda

Berikut ini peneliti melakukan uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS dan mendapatkan hasil seperti dibawah ini:

Tabel Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.378	.954		-.396	.694
	X1	.833	.085	.776	9.768	.000
	X2	.776	.354	.174	2.192	.033

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diatas maka diperoleh persamaan regresi yaitu: $Y = -3.78 + 0.833 + 0.776$ dimana nilai koefisien regresi dari variabel tersebut akan menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien dari variabel bebas (X), maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y).

Selanjutnya berikut adalah interpretasi dari hasil uji linear berganda diatas:

- Nilai a = -378 nilai ini merupakan konstanta atau keadaan saat variabel minat beli belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel pengetahuan produk sebagai (X1) dan tingkat pendapat sebagai (X2). Jika variabel independent tidak ada maka variabel minat tidak mengalami perubahan.

- Nilai b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0.833 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pengetahuan produk maka akan mempengaruhi minat beli sebesar 0.833

- Nilai b2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0.776 menunjukkan bahwa tingkat pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel tingkat pendapatan maka akan mempengaruhi minat beli sebesar 0.776

Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk menguji keberartian model regresi masing- masing variabel secara parsial dapat menggunakan uji t. Nilai t tabel yang diambil dalam penelitian ini adalah nilai t tabel yang diperoleh dari nilai $df = n-k (54-2) = 52$ pada signifikansi 5% nilai t tabelnya adalah sebesar 2,0066. Berikut ini adalah hasil dari uji hipotesis secara parsial

Variabel	Nilai t Tabel	Nilai t Hitung	Nilai sig.
Pengetahuan Produk	2,0066	9,768	,000
Tingkat Pendapatan	2,0066	2,192	,033

- Variabel Pengetahuan Produk
Hasil pengujian hipotesis parsial diatas menunjukkan bahwa nilai t untuk variabel Pengetahuan Produk diperoleh sebesar 9,768

yang artinya lebih besar dari nilai t tabel 2,0066 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli

- Variabel Tingkat Pendapatan

Hasil pengujian hipotesis parsial diatas menunjukkan bahwa nilai t untuk variabel Tingkat Pendapatan diperoleh sebesar 2,192 yang artinya lebih besar dari nilai t tabel 2,0066 dengan nilai signifikansi sebesar 0,033 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pendapatan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli

Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan ini digunakan untuk menguji atau untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara bersama – sama terhadap variabel terikat dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Kemudian nilai F tabel dari penelitian ini adalah sebesar 3,180 diperoleh dari $df = n-k-1$ atau $df = 54-2-1 = 51$. Selanjutnya berikut ini adalah hasil dari uji hipotesis secara simultan:

Tabel Uji Hipotesis (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1149.249	2	574.625	98.756	.000 ^a
	Residual	296.751	51	5.819		
	Total	1446.000	53			

Berdasarkan hasil diatas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh variabel pengetahuan produk (X1) dan tingkat pendapatan (X2) secara simultan terhadap Y dengan nilai F hitung 98,756 > F tabel 3,18 serta signifikansi 0,000 < 0,05. Oleh karena hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan produk (X1) dan tingkat pendapatan (X2) secara simultan terhadap Minat Beli (Y) 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Peneliti melakukan uji koefisien determinasi pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS dan mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.795	.787	2.41219

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien R square 0.795 atau 79.5% sehingga dapat ditarik kesimpulan apabila besarnya pengaruh variabel pengetahuan produk dan tingkat pendapatan terhadap minat asuransi kebakaran rumah tinggal di masyarakat rt 03 rw 04 sebesar 0.795 atau 79.5%

F. KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh dari variabel Pengetahuan Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y) dengan nilai t hitung sebesar 9,768 > 2,0066 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05
2. Terdapat pengaruh dari variabel Tingkat Pendapatan (X2) terhadap Minat Beli (Y) dengan nilai t hitung sebesar 2,192 > 2,0066 dengan nilai signifikansi sebesar 0,033 < 0,05
3. Terdapat pengaruh signifikan dari variabel pengetahuan produk (X1) dan tingkat pendapatan (X2) secara simultan terhadap minat beli (Y) dengan nilai F hitung 98.756 > F tabel 3.18 serta signifikansi 0.000 < 0.05
4. Hasil dari uji koefisiensi determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,795 hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan produk (X1) dan tingkat pendapatan (X2) memiliki pengaruh sebesar 79,5% terhadap minat beli (Y) asuransi kebakaran rumah tinggal di lingkungan rt 03 rw 04 Kelapa Dua Wetan, Ciracas.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di paparkan maka saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan produk terbukti berpengaruh terhadap minat beli asuransi kebakaran rumah tinggal khususnya di lingkungan rt 03 rw 04 Kelapa Dua Wetan, Ciracas. Oleh karena hal tersebut sosialisasi mengenai pengetahuan produk hingga manfaat – manfaat yang akan diperoleh dari asuransi

kebarakan rumah tinggal ini sudah semestinya lebih digalakkan lagi oleh perusahaan – perusahaan asuransi maupun agen – agen asuransinya.

2. Variabel tingkat pendapatan terbukti memiliki pengaruh terhadap minat beli asuransi kebakaran rumah tinggal di lingkungan rt 03 rw 04 Kelapa Dua Wetan, Ciracas. Oleh karena hal tersebut sudah semestinya perusahaan asuransi serta agen – agen asuransi memberikan suatu promosi terhadap masyarakat mengenai biaya atau premi dari asuransi kebakaran rumah tinggal, memang untuk besaran premi sendiri sudah ditentukan oleh OJK, namun perusahaan asuransi dan agen–agen asuransi bisa membentuk program pembayaran premi asuransi tersebut dengan skema cicilan untuk meringankan beban masyarakat yang ingin memiliki asuransi kebakaran rumah tinggal. Hal ini perlu dilakukan sebagai salah satu upaya untuk mendorong kepemilikan asuransi kebarakan rumah tinggal.

DAFTAR PUSTAKA

- AG.Suyono, S. S. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Asikin, Z. (2013). *Hukum Dagang*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Badrun, B., Mustahiqurrahman, M., Indra, I. M., Fakhurrazi, F., & Akbar, M. A. (2022). The Influence of Principal's Leadership Style on Teacher Performance. *At-Tarbiyat: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1).
- Bramastuti, N. (2009). *Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar*.
- Dalimunthe, A. S., Ihsan, M., Maolani, R. A., & Haryanto, D. (2022, January). Risk Analysis for Passenger of Online Motorcycle Public Transportation in The City of Jakarta. In *2nd International Conference of Strategic Issues on Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2021)* (pp. 34-39). Atlantis Press.
- Darmawi, H. (2006). *Manajemen Asuransi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Donsu, J. (2017). *Psikologi Keperawatan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Erizal, E. (2022). Analysis of service quality and income of BPJS health participants during the Covid-19 pandemic: A case study. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 4(3).
- Fakhurrazi, F., Zainuddin, Y., & Zulkarnaini, Z. (2021). The pesantren: Politics of islamic and problematic education muslim identity. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 3(6), 392-396.
- Fakhurrazi, F., Zainuddin, Y., & Zulkarnaini, Z. (2021). The pesantren: Politics of islamic and problematic education muslim identity. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 3(6), 392-396.
- Faradiba. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Diponegoro Journal of Management*, 2.
- <https://www.jawapos.com/ekonomi/22/04/2021/ojk-sebut-penetrasi-asuransi-ri-masih-rendah-di-negara-asean/>
- Josephine, C. C. (2006). *Virtual Experimental Marketing on Online Purchase Intention*. Hongkong: Proceedings of the 11th Annual Conference of Asia Pacific Decision Sciences.
- Kanuk, S. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

- Keller, K. P. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2014). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13.* Jakarta: Erlangga.
- Lie, A. A. (2022). The social capital in business organizations: A case study of PT Asia Motor vehicle insurance claim polysindo crime in Jakarta. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 4(1), 58-63.
- Lusianil, R., Putrawan, M., & Achmad, R. (2019, August). The relationship between organization's structure, leader behavior and personality with citizenship behavior on managing environment. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 314, No. 1, p. 012078). IOP Publishing.
- Maolani, R. A., Dalimunthe, A. S., Haryanto, D., Bifa, R., Azzahra, P., Juwita, C., & Suryamika, P. E. (2021). Perluasan hutan mangrove dalam mitigasi risiko bencana pemanasan global: kegiatan PKM di kawasan pesisir Muara Angke Jakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), 1380-1388.
- Mehr, C. (2011). *Fundamental of Insurance.* Illinois, 7.
- Najib, A. (2022). World Health Organization (WHO) and Global World Health Governance in the Post-Pandemic Era from the Perspectives of Neorealism and Neoliberalism (Similarity). *NEUROQUANTOLOGY*, 20(15).
- Notoatmodjo, S. (2012). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Novika, F. (2022). PENDAMPINGAN PENYUSUNAN RENCANA STRATEGIS, IMPLEMENTASI VISI MISI DAN EVALUASI KEGIATAN YANG EFEKTIF EFISIEN MENCAPAI SMK PUSAT KEUNGGULAN (SMK PK). *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 2(1), 149-156.
- Novika, F., & Septivani, N. (2022). Pinjaman Online Ilegal Menjadi Bencana Sosial Bagi Generasi Milenial. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1174-1192.
- Novika, F., Padli, H., Septivani, C. N., & Kurniawan, J. J. (2022). Learning Assistance And Curriculum Assessments In The Vocational High School Implementer Program Of The Vocational High School Centre Of Excellence (SMK PK). *International Journal of Engagement and Empowerment*, 2(2), 158-167.
- Novika, F., Wahyuari, W., Robidi, R., & Septivani, N. (2022). RURAL SOCIO ENTREPRENEUR THROUGH VILLAGE-OWNED ENTERPRISES (BUMDes) IN TEGALWARU BOGOR. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 2(2), 415-421.
- Olson, P. P. (2011). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Buku 2, ed 9 Alih Bahasa Damos Sihombing* (2014). Jakarta: Erlangga.
- Polis Standar Asuransi Kebakaran Indonesia
- Pramono, A., Neolaka, A., & Achmad, R. (2019). THE EFFECT OF CORPORATE CULTURE, MANAGERIAL CAPABILITIES, AND DECISION MAKING ON LEADER PERFORMANCE IN MANAGING THE ENVIRONMENT. *IJER-INDONESIAN JOURNAL OF EDUCATIONAL REVIEW*, 6(2).

- Prihantoro, M. W. (2004). *Aneka Produk, Asuransi dan Karakteristiknya*. Yogyakarta: Kanusius.
- Prodjodikoro, W. (2000). *Asas - Asas Hukum Perjanjian*. Bandung: PT Mandar Maju.
- Ratna, S. (2008). *Ilmu Pengetahuan Sosial*. Jakarta: PT Galaxy Puspa Mega.
- Reksoprayitno. (2004). *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika.
- Rianto, M. N. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah, Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rinestu, M., & Marsanto, B. (2022). Klasifikasi Keputusan Investasi Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Menggunakan Naive Bayes. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1784-1796.
- Risman, J. (2020). Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Sub DAS Alo Terhadap Perilaku Pemanfaatan Lahan. *Journal of Humanity & Social Justice Vol 2*, 56.
- Robidi, R., Wahyuari, W., & Subrata, A. (2022). BUILDING FOOD SECURITY AT MSMEs IN INDONESIA THROUGH NATIONAL AND REGIONAL FACILITATORS. *International Journal of Engagement and Empowerment*, 2(1), 52-58.
- Saefudin, A., & Achmad, R. (2019, August). Policy implementation evaluation about quality management and pollution control of water in Regency of Bekasi. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 314, No. 1, p. 012087). IOP Publishing.
- Sidik, S. S. S., & Wahyuari, W. (2023). *Manajemen Risiko Sistem Informasi Ujian Secara Daring Di Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti*. *Jurnal Green Growth dan Manajemen Lingkungan*, 12(1), 84-97.
- Simamora, H. (2012). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Gramedia Utama.
- Sipahutar, Y. H., Rahmayanti, H., Achmad, R., & Sitorus, R. (2022). Increased Effectiveness of Conservation the Coastal Environment through Cleaner Production and Work Motivation of Fish Processors. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 950, No. 1, p. 012050). IOP Publishing.
- Sipahutar, Y. H., Rahmayanti, H., Achmad, R., Ramli, H. K., Suryanto, M. R., & Pratama, R. B. (2019, December). Increase in cleaner production environment in the fish processing industry through work motivation and fisherman women's leadership. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 399, No. 1, p. 012119). IOP Publishing.
- Sipahutar, Y. H., Rahmayanti, H., Achmad, R., Suryanto, M. R., Ramandeka, R. R., Syalim, M. R., ... & Mila, G. (2020). The influence of women's leadership in the fishery and cleaner production of fish processing industry on the effectiveness of coastal preservation program in Tangerang. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 404, No. 1, p. 012061). IOP Publishing.
- Soekartawi. (2002). *Faktor - Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suhartono, S. (2022). The causality relationship between capital structure and profitability in general insurance industry in Indonesia. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 4(3).

- Suhendar, B., & Syakir, S. (2022). Analisis Kesalahan Penulisan Abstrak Tugas Akhir (TA) dan Skripsi Mahasiswa STMA Trisakti. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10(2), 209-223.
- Suhendar, B., & Syakir, S. (2022). Penggunaan Aplikasi Smartphone Untuk Pengajaran Kosakata Bahasa Inggris Bagi Anak Usia Sekolah Dasar, Klender Jakarta Timur. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 3(3), 242-245.
- Suhendar, B., Wahyuari, W., & Gustrian, R. (2022). Culinary risk register: A practical guide to open a culinary business. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 4(3).
- Syakir, S., & Suhendar, B. (2021). FREKUENSI PENGGUNAAN SMARTPHONE UNTUK TUJUAN BELAJAR BAHASA INGGRIS PADA MAHASISWA STMA TRISAKTI SEMESTER PERTAMA. *JURNAL LENTERA PENDIDIKAN PUSAT PENELITIAN LPPM UM METRO*, 6(1), 88-102.
- Syakir, S., & Suhendar, B. (2022). Pengaruh Pengajaran Academic Vocabulary Terhadap Skor TOEFL Reading Comprehension Mahasiswa Program Beasiswa FEB USAKTI Semester Dua Tahun Akademik 2017-2018. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 7065-7076.
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke empat*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang – Undang Hukum Dagang (KUHD) Pasal 290 tentang Asuransi Kebakaran
- Wahyu, A. (2004). *Ekonomi SMK Untuk Kelas XI*. Bandung: Ganeca Exacta.
- Wihaji, W., Achmad, R., & Nadiroh, N. (2018, October). Policy evaluation of runoff, erosion and flooding to drainage system in Property Depok City, Indonesia. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 191, No. 1, p. 012115). IOP Publishing.
- Yuliana, S. (2007). *Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.