

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP RISIKO PRODUK ASURANSI  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI BUMIPUTERA KANTOR  
WILAYAH CABANG SLEMAN DI YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Psikologi**

**Disusun Oleh :  
Eryka Nungky Kurniawati  
NIM. 08710069**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2015**

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI RISIKO PRODUK ASURANSI  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI BUMIPUTERA  
KANTOR CABANG SLEMAN DI YOGYAKARTA**

**INTISARI**

**Eryka Nungky Kurniawati**

**Miftahun Ni'mah Suseno, M.A**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap risiko produk asuransi dengan keputusan pembelian asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan yang negatif antara persepsi terhadap risiko produk asuransi dengan keputusan pembelian asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta. Subyek pada penelitian ini adalah 39 nasabah asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *quota sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan skala persepsi risiko dan skala keputusan pembelian. Analisis data menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson dengan menggunakan bantuan *software SPSS 16.00 for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara persepsi terhadap risiko produk asuransi dengan keputusan pembelian asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta dengan koefisien korelasi  $(r) = -0,356$   $p = 0,013$  ( $p < 0,05$ ). Artinya semakin rendah persepsi terhadap risiko yang dimiliki nasabah maka keputusan pembeliannya semakin tinggi.

Kata kunci : persepsi risiko, keputusan pembelian, nasabah asuransi Bumiputera.

**THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTIONS OF RISK INSURANCE  
PRODUCTS WITH INSURANCE PURCHASING DECISIONS  
BUMIPUTERA BRANCH REGIONAL OFFICE OF SLEMAN  
IN YOGYAKARTA**

**ABSTRACT**

**Eryka Nungky Kurniawati**

**Miftahun Ni'mah Suseno, M.A**

*This study aims to determine the relationship between perceptions of risk insurance products with insurance purchasing decisions Bumiputera Branch Regional Office of Sleman in Yogyakarta. The hypothesis of this research is there there is a negative relationship between perceptions of risk insurance products with insurance purchasing decisions Bumiputera Branch Regional Office of Sleman in Yogyakarta. Subjects in this study were 39 insurance customers Bumiputera Branch Regional Office of Sleman in Yogyakarta.*

*The samples in this study using quota sampling technique. The method used in this research is quantitative. The research data was obtained using a scale of perceived risk and scale purchasing decisions. Data analysis using the technique of Pearson product moment correlation using SPSS 16.00 for windows.*

*The results showed that there was a significant negative relationship between perceptions of risk insurance products with insurance purchasing decisions Bumiputera Branch Regional Office of Sleman in Yogyakarta with a correlation coefficient  $(r) = -0.356$   $p = 0.013$  ( $p < 0.05$ ). It means that more negative perceptions of risk insurance products will increase purchasing decisions.*

*Keywords : perceived risk, purchasing decisions, customer insurance of Bumiputera*

## KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Eryka Nungky Kurniawati

NIM : 08710069

Program Studi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat penelitian karya orang lain dan skripsi saya merupakan asli hasil karya peneliti sendiri serta bukan plagiasi dari karya orang lain. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Yogyakarta, 11 Agustus 2015

Yang menyatakan,



Eryka Nungky Kurniawati

NIM. 08710069

## NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah menimbang, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing, saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Eryka Nungky Kurniawati  
NIM : 08710069  
Program Studi : Psikologi  
Judul : Hubungan Antara Persepsi Risiko Produk Asuransi  
Dengan Keputusan Pembelian Asuransi Bumiputera Di  
Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata 1 (satu) Psikologi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian atas perhatiannya terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 11 Agustus 2015

Pembimbing



Miftahun Ni'mah Suseno, M.A

NIP.19770313200912 200 1



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/0293/2015

Tugas Akhir dengan judul : HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI RISIKO PRODUK ASURANSI DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI BUMIPUTERA KANTOR CABANG SLEMAN DI YOGYAKARTA


yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ERYKA NUNGKY KURNIAWATI  
Nomor Induk Mahasiswa : 08710069  
Telah diujikan pada : Senin, 24 Agustus 2015  
Nilai ujian Tugas Akhir : B/C

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

  
Miftahun Ni'mah Suseno, M.A.  
NIP. 19770313 200912 2 001

Penguji I



Benny Herlena, S.Psi. M.Si.  
19751124 200604 1 002

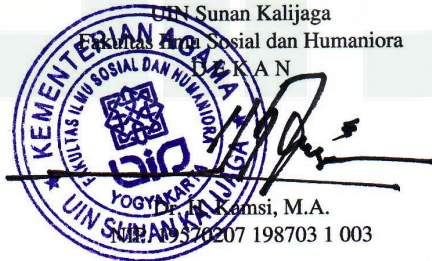
Penguji II

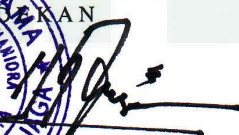


Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi.  
19810505 200901 2 011

Yogyakarta, 24 Agustus 2015

UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
YOGYAKARTA



  
M. Kamsi, M.A.  
NIP. 195203207 198703 1 003

**MOTO**

**When You Stop Learning, Then You Stop Growing.**

**Karena Belajar Itu Proses Seumur Hidup**

**Allah tidak akan memberikan ujian di luar batas  
kemampuan manusia**



**PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini saya persembahkan untuk :*

*Kedua Orangtuaku  
Kakakku*

*Almamaterku  
Program studi Psikologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*





## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan penuh tanggung jawab. Shalawat serta salam tak lupa kami curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kami harapkan syafaatnya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mempersembahkan karya yang berjudul “Hubungan Antara Persepsi Risiko Produk Asuransi dengan Keputusan Pembelian Asuransi Bumiputera di Yogyakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1). Penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Kamsi, M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Benny Herlena, M.Si, selaku Kaprodi dan dosen yang menangani biro skripsi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta dosen penguji skripsi yang telah menguji dan menilai kelayakan skripsi ini.
3. Ibu Miftahun Ni'mah Suseno, M.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak masukan, pemikiran serta memotivasi, mendukung dan membimbing saya dengan sabar selama proses pengerjaan skripsi sehingga saya bisa selesai dalam mengerjakan skripsi ini.

4. Ibu Mayreyna Nurwardani, M.Psi, selaku dosen penguji skripsi yang telah menguji dan menilai kelayakan skripsi ini serta masukan-masukan yang penting bagi sempurnanya skripsi ini.
5. Ibu Pihasnawati, M.A, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang tidak lelah dalam memberikan nasihat dalam membangun motivasi penulis memulai skripsi dan motivasi agar selalu semangat mengikuti kuliah dan mengejar cita-cita.
6. Kepada segenap dosen di Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah dengan tulus ikhlas memberikan ilmu dan curahan kasih sayang selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di prodi Psikologi.
7. Seluruh staf tata usaha fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang dengan senang hati memenuhi kebutuhan kami dan keluarga besar FISHUM yang senantiasa menceriakan hari-hari selama perkuliahan.
8. Pimpinan Asuransi Bumiputera Cabang Sleman yang atas izin dan bantuannya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian dengan lancar.
9. Nasabah Asuransi Bumiputera Cabang Sleman yang atas bantuan dan kerjasamanya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian dengan lancar.
10. Kedua orangtua saya, Bapak Buchory Muh. Sukemi dan Ibu Endang Tri Wahyuni, terima kasih banyak atas doa, semangat, dan dukungan pada ananda selama masa studi khususnya selama pengerjaan skripsi ini. Semoga

bapak dan ibu selalu diberi kesehatan, keberkahan, dan rezeki dari Allah SWT.

11. Kakakku mas Eryan Sakti Nugroho dan seluruh keluarga besarku. Terima kasih banyak atas doa dan dukungannya, baik dukungan moriil maupun materiil. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan dan kesuksesan kepada kita semua.
12. Sahabat-sahabatku Program Studi Psikologi angkatan 2008. Indah, Tika, Alvia, Tity, Choco, Dek Ifah, Mbak Desi, Umu, Umi, Ayu, Yogi dan semua teman-teman yang tidak dapat disebut satu per satu, terimakasih banyak atas doa, motivasi dan dukungannya. Perjuangan kita belum berakhir sampai disini. Semoga persahabatan kita menjadi persaudaraan yang abadi selamanya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Namun demikian kami berharap, semoga skripsi ini mampu memberi sedikit manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca serta seluruh praktisi yang berhubungan dengan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Agustus 2015

Penyusun,



Eryka Nungky Kurniawati

NIM. 08710069

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>KEASLIAN PENEITIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Keaslian Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Keputusan Pembelian .....	13

1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2. Aspek-aspek Keputusan Pembelian .....	14
3. Pandangan Pengambilan Keputusan Konsumen.....	21
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	22
B. Persepsi Risiko .....	27
1. Pengertian Persepsi Risiko .....	27
2. Aspek-aspek Persepsi Risiko .....	28
3. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Risiko .....	31
Bagan Dianamika Psikologi .....	32
C. Hubungan antara Persepsi Risiko dengan Keputusan Pembelian .	33
D. Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	37
B. Definisi Operasional.....	37
1. Keputusan Pembelian.....	37
2. Persepsi Risiko.....	38
C. Populasi dan Sampel .....	38
1. Populasi .....	38
2. Sampel.....	38
D. Metode Pengumpulan Data .....	39
1. Skala Keputusan Pembelian .....	40
2. Skala Persepsi Risiko .....	42
E. Validitas dan Reliabilitas.....	45

1. Validitas .....	45
2. Seleksi Aitem .....	46
3. Reliabilitas.....	46
F. Metode Analisis Data .....	47
1. Uji Asumsi.....	47
2. Uji Hipotesis .....	48
<b>BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
A. Orientasi Kancan .....	49
B. Persiapan Penelitian.....	51
1. Proses Perizinan .....	51
2. Pelaksanaan Uji Coba .....	51
3. Hasil Uji Coba.....	52
C. Pelaksanaan Penelitian .....	56
D. Analisis Data .....	57
1. Kategori Subyek Penelitian.....	57
2. Uji Asumsi .....	62
3. Uji Hipotesis.....	63
E. Pembahasan .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pemberian Skor dalam Pernyataan <i>Favorable dan Unfavorable</i> .....	40
Tabel 2. Blue Print Skala Keputusan Pembelian .....	41
Tabel 3. Distribusi Aitem Skala Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4. Blue Print Skala Persepsi Risiko.....	43
Tabel 5. Distribusi Aitem Skala Persepsi Risiko .....	44
Tabel 6. Tabel Hasil Seleksi Aitem Skala Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 7. Tabel Hasil Seleksi Aitem Persepsi Risiko.....	55
Tabel 8. Gambaran Umum Hasil Skor Variabel-variabel Penelitian.....	57
Tabel 9. Rumus Norma Kategori Skor Subyek.....	58
Tabel 10. Kategori Subyek pada Skala Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 11. Kategori Subyek pada Skala Persepsi Risiko .....	60
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas Skala Keputusan Pembelian dan Skala Persepsi Risiko.....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Alat Ukur Uji Coba.....	74
Lampiran 2	: Alat Ukur Penelitian.....	86
Lampiran 3	: Tabulasi Hasil Uji Coba Skala Keputusan Pembelian.....	96
Lampiran 4	: Tabulasi Data Hasil Uji Coba Skala Persepsi Risiko.....	98
Lampiran 5	: Uji Seleksi Aitem dan Reliabilitas Skala Keputusan Pembelian.....	100
Lampiran 6	: Uji Seleksi Aitem dan Reliabilitas Skala Persepsi Risiko .....	104
Lampiran 7	: Tabulasi Data Penelitian Keputusan Pembelian .....	110
Lampiran 8	: Tabulasi Data Penelitian Skala Persepsi Risiko.....	112
Lampiran 9	: Deskripsi Statistik .....	114
Lampiran 10	: Uji Asumsi .....	116
Lampiran 13	: Uji Hipotesis .....	120



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rata-rata Pertumbuhan Premi .....	4
Gambar 2. Diagram Distribusi Subjek Berdasarkan Kategorisasi Skor Subjek Pada Skala Keputusan Pembelian .....	57
Gambar 3. Diagram Distribusi Subjek Berdasarkan Kategorisasi Skor Subjek Pada Skala Persepsi Risiko .....	59



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan manusia akan rasa aman baik untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang tidak akan ada habisnya. Rasa khawatir akan keselamatan hidup, kesehatan, pendidikan anak dan masa depan keluarga membuat manusia membutuhkan jaminan akan hal tersebut. Hal ini tidak lain karena rasa aman dan jaminan akan keberlangsungan suatu kehidupan adalah hal mutlak yang selalu diinginkan manusia. Oleh karena itu manusia sebagai seorang konsumen membutuhkan suatu jasa yang dapat memberikan rasa aman dan menjamin keberlangsungan hidupnya, keluarganya maupun usahanya. Jasa tersebut kita kenal dengan nama asuransi. Jasa asuransi merupakan salah satu bentuk usaha yang memberikan banyak kegunaan baik itu untuk kelangsungan hidup secara perseorangan, masyarakat maupun perusahaan. Jasa asuransi diharapkan dapat menampung sekian banyak risiko yang ditemui dalam kehidupan masyarakat sehari-hari (Djojosoedarso,2003).

Asuransi memiliki pengertian sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 2 tahun 1992 adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita

tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya. Dalam Undang-undang Hukum Dagang pasal 246 asuransi memiliki pengertian yakni suatu perjanjian, dimana penanggung dengan menikmati suatu premi mengikat dirinya terhadap tertanggung untuk membebaskannya dari kerugian karena kehilangan, kerugian, atau ketiadaan keuntungan yang diharapkan, yang akan dapat diderita olehnya karena suatu kejadian yang tidak pasti.

Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang mempunyai peranan yang tidak jauh berbeda dari bank, yaitu bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi risiko yang terjadi di masa yang akan datang. Perkembangan perusahaan asuransi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat setelah pemerintah mengeluarkan deregulasi pada tahun 1980an dan diperkuat dengan keluarnya UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian.

Berikut data statistik yang menunjukkan tingkat rata-rata pertumbuhan industri perasuransian di Indonesia (periode lima tahun), dan rata-rata pertumbuhan premi dari beberapa negara sebagai pembandingan, serta estimasi pertumbuhannya disajikan pada Gambar 1.

**Tabel 2. Rata-rata Pertumbuhan dan Proyeksi Premi**

Negara	Rata-rata (2008-2012)		Estimasi Rata-rata (2013-2020)	
	Pertumbuhan Premi (%)	% Premi Terhadap PDB	Pertumbuhan Premi (%)	% Premi Terhadap PDB
Dunia	9.1	7.52	10.4	9.34
Asia	7.6	6.63	8.1	7.52
ASEAN	3.1	2.98	4.7	3.71
Jepang	1.2	10.5	1.8	14.7
China	19.4	2.7	21.4	5.3
Singapura	2.2	6.5	2.9	7.1
Malaysia	1.8	4.6	2.5	6.2
Thailand	2.5	2.4	3.4	3.5
Indonesia	19.3	1.8	23.2	2.1

Sumber: *World Insurance Outlook (2012)*

Angka-angka pada gambar 1 menunjukkan bahwa pertumbuhan nilai premi sudah disesuaikan dengan tingkat inflasi di masing-masing negara, termasuk di Indonesia. Sedangkan pada proyeksi tingkat pertumbuhan premi dan tingkat penetrasi merupakan angka estimasi dari *World Insurance Outlook (2012)*, untuk periode lima tahunan. Walaupun demikian, Indonesia memang tergolong yang mengalami rata-rata tingkat pertumbuhan yang cukup signifikan pada tahun 2008-2012, yaitu rata-rata sebesar 19.3 persen.

Ada banyak perusahaan asuransi di Indonesia salah satunya adalah AJB Bumiputera 1912. AJB Bumiputera 1912 merupakan perusahaan asuransi nasional terbesar dan tertua di Indonesia. Perusahaan ini telah membawa pengalaman selama 100 tahun untuk terus melayani rakyat Indonesia dengan menawarkan produk asuransi yang beragam, berkualitas, dan terpercaya. Ada berbagai macam asuransi yang ditawarkan oleh Bumiputera, misalnya saja asuransi kesehatan yang melindungi dari risiko serangan penyakit dan biaya pengobatan. Asuransi pendidikan yang memberi jaminan pendidikan di masa mendatang. Asuransi

lainnya seperti asuransi kebakaran dan asuransi kecelakaan yang berkaitan dengan risiko harta benda yang dimiliki. Dengan adanya asuransi kebutuhan konsumen akan jaminan kelangsungan hidup seperti keselamatan, kesehatan dan pendidikan di masa depan akan terpenuhi.

Apabila melihat data statistik di *World Insurance Outlook* yang telah dipaparkan di atas, tingkat pertumbuhan premi di Indonesia cukup signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah banyak yang membeli asuransi. Namun pada kenyataannya ditemukan bahwa nasabah memiliki kendala dalam mengambil keputusan membeli asuransi. Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dulu melakukan *preliminary* dengan melakukan wawancara kepada agen dan nasabah Bumiputera.

Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu agen Bumiputera (TI) pada tanggal 7 Januari 2015, agen tersebut mengatakan bahwa ketika agen menawarkan asuransi tidak semua nasabah langsung mau membeli asuransi. Ada sebagian nasabah yang langsung mau membeli asuransi. Namun ada juga sebagian nasabah lainnya yang ditawarkan hingga beberapa kali baru mau membeli asuransi. Agen menjelaskan alasan nasabah tidak langsung mau membeli asuransi dikarenakan minimnya informasi tentang produk asuransi dan pengalaman yang dimiliki oleh nasabah terkait membeli asuransi. Selain itu nasabah juga merasa kebingungan ketika harus membeli jenis produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhannya.

Peneliti juga mewawancarai salah satu nasabah asuransi Bumiputera (RA) pada tanggal 13 Januari 2015. Dari hasil wawancara subyek mengaku kecewa

telah membeli asuransi. Hal ini dikarenakan jasa asuransi yang diperoleh tidak seperti yang diharapkan pada saat membeli asuransi. Selain itu pada saat jatuh tempo, subyek tidak langsung mendapatkan jasa asuransi sesuai dengan perjanjian. Proses klaim asuransi tidak semudah dan secepat yang diketahui subjek pada saat membeli asuransi.

Hasil wawancara dengan nasabah Bumiputera yang lain, yakni subyek yang berinisial MD pada tanggal 16 Januari 2015 ditemukan bahwa subyek kurang paham dengan informasi yang diperoleh dari asuransi. Subyek merasa kesulitan untuk menetapkan pilihan jenis produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhannya. Subyek mengaku jika membeli asuransi berbeda dengan membeli jasa lainnya. Hal ini dikarenakan subyek tidak bisa langsung merasakan manfaat pada saat membeli asuransi.

Selanjutnya hasil wawancara dengan nasabah Bumiputera lainnya yakni subyek berinisial AA pada tanggal 22 Januari 2015 juga menunjukkan hasil yang serupa dimana tidak sedikit nasabah yang mengalami kendala dalam memutuskan membeli asuransi. Kurangnya informasi dan pengalaman dalam membeli asuransi menjadi penyebab kendalanya. Nasabah masih belum paham dengan polis asuransi dan pengajuan klaim. Selain itu minimnya pengetahuan produk yang dimiliki nasabah terkait produk asuransi juga menjadi kendala dalam mengevaluasi produk dan menetapkan pilihan.

Berdasarkan pemaparan di atas, pada kenyataannya masih ditemukan konsumen yang memiliki kendala dalam mengambil keputusan pembelian. Idealnya mereka dapat mengambil keputusan membeli tanpa mengalami

permasalahan. Sebagaimana pendapat Ferrinadewi (2008) yang mengungkapkan bahwa konsumen sekarang semakin tidak mudah diprediksi bahkan mereka menjadi semakin kritis. Semakin menuntut dan tidak mudah puas menjadi ciri konsumen di era global. Ragam konsumen secara psikologis tercermin dari motivasi, sikap dan persepsi mereka. Keragaman ini menciptakan variasi dalam pemrosesan informasi konsumen dan hasilnya setiap konsumen akan memiliki perbedaan dalam memproses pengambilan keputusan pembelian. Proses pembuatan keputusan pembelian tidak sekedar hanya melibatkan perilaku pembelian. Namun ada tahapan-tahapan dimana konsumen merasa ada kebutuhan, mengenali kebutuhan, memproses pencarian dan mengembangkan beberapa pilihan yang ada, yang selanjutnya konsumen mengambil keputusan.

Menurut Peter dan Olson (1999) keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Sedangkan Schiffman dan Kanuk (2008) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa konsumen dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.

Keputusan pembelian merupakan tahapan yang sangat penting karena merupakan tahapan akhir dari pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelumnya. Konsumen akan mempertimbangkan terlebih dahulu mengenai faktor-faktor penting yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan tersebut. Faktor-faktor tersebut akan berpengaruh pada perilaku

pembelian aktual konsumen. Salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan adalah faktor persepsi. Persepsi merupakan suatu proses kognisi yang meliputi pengorganisasian dan interpretasi terhadap suatu objek dan mempengaruhi perilaku konsumen terhadap objek tersebut. Selain itu persepsi juga merupakan bagian yang penting bagi konsumen untuk mengambil keputusan sehingga memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk perilaku konsumen (Kotler, 2009).

Salah satu persepsi yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan membeli adalah persepsi risiko. Mowen dan Minor (2001) mendefinisikan risiko yang dipersepsikan sebagai persepsi konsumen yang negatif secara keseluruhan atas sejumlah tindakan yang didasarkan pada penilaian hasil yang negatif dan kemungkinan bahwa hasil tersebut akan terjadi. Risiko yang dipersepsikan oleh konsumen karena mengkonsumsi suatu produk atau jasa akan mewarnai perilaku membeli mereka. Dengan kata lain, persepsi risiko menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membuat keputusan pembelian suatu produk atau jasa.

Raymond A. Bauer (Bettman, 1973) memperkenalkan konsep risiko yang dipersepsikan melalui penelitian perilaku konsumen yang menyatakan bahwa perilaku konsumen mengandung adanya risiko, artinya bahwa setiap tindakan konsumen akan menghasilkan konsekuensi-konsekuensi yang tidak dapat diantisipasi dengan apapun yang dapat diperkirakan kepastiannya, dan beberapa konsekuensi-konsekuensi diantaranya mungkin akan mengecewakan. Risiko yang dipersepsikan tidak hanya berhubungan dengan kegiatan-kegiatan pengambilan



keputusan saat pra pembelian saja, namun juga dengan proses-proses keputusan pasca pembelian.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah peneliti kemukakan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara persepsi terhadap risiko produk asuransi dengan keputusan pembelian asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah yang akan diungkap peneliti adalah apakah hubungan antara persepsi terhadap risiko produk asuransi dengan keputusan pembelian asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat persepsi terhadap risiko produk asuransi pada nasabah asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian asuransi pada nasabah asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui hubungan hubungan antara persepsi terhadap risiko produk asuransi dengan keputusan pembelian asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis kepada, *pertama*, pengembangan ilmu psikologi industri dan organisasi khususnya yang berhubungan dengan perilaku konsumen dalam hal keputusan pembelian konsumen pada suatu produk dan jasa. *Kedua*, dapat memberikan masukan keilmuan bagi peneliti yang ingin mengkaji bidang yang sama.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat praktis kepada, *pertama*, pada peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai hubungan antara persepsi terhadap risiko produk asuransi dengan keputusan pembelian asuransi. *Kedua*, pada nasabah asuransi dan pihak yang terkait lainnya, dapat memberikan informasi mengenai hubungan antara persepsi terhadap risiko dengan keputusan pembelian asuransi. *Ketiga*, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi untuk meningkatkan keputusan pembelian asuransi.

## E. Keaslian Penelitian

1. Penelitian yang dilakukan Aria (2002) yaitu "*Intensi Membeli Kosmetika Pemutih Kulit Ditinjau Dari Kelengkapan Informasi Produk Pada Label Kemasan*". Hasil penelitian menunjukkan ada perbedaan yang signifikan pada intensi membeli kosmetika pemutih kulit ditinjau dari kelengkapan informasi produk pada label kemasan. Kosmetika pemutih kulit yang mencantumkan informasi produk secara lengkap pada label kemasan memiliki intensi membeli yang lebih tinggi dibandingkan dengan kosmetika pemutih kulit yang tidak mencantumkan informasi produk secara lengkap pada label kemasan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Pavlou (2003) yaitu "*Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*". Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi penerimaan e-commerce pada konsumen. Terdapat empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi risiko (*perceived risk*), dan kepercayaan (*trust*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap kepercayaan membeli.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Matan Tsur (2007) yaitu "*The Selectivity effect of past experience on purchasing decisions : Implications for the WTA-WTP disparity*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian ternyata juga dipengaruhi oleh adanya pengalaman masa lalu yang berimplikasi pada kemauan untuk menerima dan kemauan untuk membeli. Selektivitas konsumen

memiliki peran penting dalam proses evaluasi produk yang telah dibeli sebelumnya dan kemudian digunakan untuk memutuskan pembelian berikutnya. Semakin berpengalaman seseorang dalam pembelian maka, semakin selektif seseorang tersebut dalam pembelian selanjutnya.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Manoppo (2008) yaitu “Pengaruh Kualitas Inti, Kualitas Hubungan, Risiko yang Dipersepsikan, dan Harapan Konsumen pada Loyalitas Pelanggan dan Komplain Pelanggan pada Salon Kecantikan X yang Ada di Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas inti, kualitas hubungan, persepsi risiko, dan harapan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dan komplain pelanggan yang dimediasi oleh persepsi nilai dan kepuasan pelanggan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dengan subjek penelitian berjumlah 250 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap persepsi nilai pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang dipersepsikan pada salon kecantikan X maka semakin rendah nilai yang dipersepsikan konsumen.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Firdayanti (2012) yang berjudul “Persepsi Risiko Melakukan E-commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Membeli Produk Fashion Online”. Penelitian ini menggunakan variabel persepsi risiko dan kepercayaan. Subjek penelitian berjumlah 80 mahasiswa yang ditentukan menggunakan teknik Stratified Proportional Random Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara persepsi risiko dengan kepercayaan konsumen.

6. Penelitian yang dilakukan Kusumawati Yunita (2014) yang berjudul “*Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kelompok Referensi Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halal Pada Mahasiswi Muslim*”. Hasil penelitian ini menunjukkan ada hubungan yang sangat signifikan antara persepsi terhadap kelompok referensi dengan pengambilan keputusan membeli produk kosmetik tanpa label halal pada mahasiswi muslim. Persepsi positif kelompok referensi berkontribusi sebesar 13,6% terhadap pengambilan keputusan membeli produk kosmetik tanpa label halal pada mahasiswi muslim.

Penelitian tersebut adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang mengangkat masalah mengenai persepsi risiko dan keputusan pembelian, penelitian-penelitian tersebut menjadi masukan dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini diantaranya adalah penelitian ini berjudul “*Hubungan antara Persepsi Risiko Produk Asuransi dengan Keputusan Pembelian Asuransi Bumiputera di Yogyakarta*”. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah persepsi risiko, sedangkan yang menjadi variabel tergantung adalah keputusan pembelian. Skala persepsi risiko yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala persepsi risiko yang mengacu pada aspek-aspek persepsi risiko dari Pavlou. Skala keputusan pembelian yang digunakan adalah skala keputusan pembelian yang mengacu pada aspek-aspek dari Peter dan Olson. Adapun sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah yang membeli asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan negatif antara persepsi terhadap risiko produk asuransi dengan keputusan pembelian pada nasabah asuransi Bumiputera Kantor Wilayah Cabang Sleman di Yogyakarta. Semakin rendah persepsi terhadap risiko yang dimiliki nasabah maka ada kecenderungan tingkat keputusan pembeliannya justru semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi persepsi terhadap risiko yang dimiliki nasabah maka ada kecenderungan tingkat keputusan pembelian nasabah semakin rendah. Sumbangan efektif persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pada nasabah asuransi Bumiputera Yogyakarta cabang Sleman sebesar 12,6%. Sedangkan 87,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

#### **B. Saran**

##### **1. Kepada Nasabah Asuransi Bumiputera**

Sebaiknya nasabah asuransi sebelum mengambil keputusan membeli suatu produk melakukan tahapan-tahapan keputusan membeli terlebih dahulu.

Adapun tahapan-tahapan keputusan membeli yakni mengenal kebutuhan, mencari informasi produk, mengevaluasi alternatif baru memutuskan untuk membeli produk. Hal ini bertujuan agar nasabah tidak salah dalam mengambil keputusan pembelian.

## **2. Kepada Pihak Asuransi Bumiputera**

Untuk meningkatkan keputusan pembelian asuransi maka perusahaan dapat memperkecil persepsi terhadap risiko produk asuransi yang dimiliki nasabah. Sebaiknya perusahaan mempermudah dan mempercepat proses pengajuan klaim. Selain itu perusahaan juga dapat mempercepat turunnya jaminan asuransi yang akan diterima nasabah sehingga pada saat tanggal jatuh tempo nasabah bisa langsung memperoleh jaminannya.

## **3. Kepada Peneliti Selanjutnya**

Para peneliti selanjutnya yang berminat melakukan penelitian dengan tema yang sama, disarankan mempertimbangkan faktor lain yang ikut mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak dibahas di penelitian ini seperti faktor sosial misalnya keluarga, status sosial, dan faktor pribadi seperti motivasi dan sikap (Kotler, 2009). Selain itu disarankan agar peneliti selanjutnya memiliki akses yang cukup dengan pihak asuransi dan nasabah asuransi saat mengambil data penelitian.

Selain itu variabel persepsi risiko sebaiknya dikaitkan dengan variabel minat membeli. Adapun karakteristik subyek yang akan dijadikan sampel adalah subyek yang belum pernah membeli asuransi.

## Daftar Pustaka

- Aria, A.C.S. (2002). *Intensi Membeli Kosmetika Pemutih Kulit Ditinjau Dari Kelengkapan Informasi Produk Pada Label Kemasan*. Jurnal Psikologi Universitas Gadjah Mada No.2 : 61-72
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action 6<sup>th</sup> Ed*. Cincinnati, Ohio. South Western : College Publishing
- Azwar, S. (2011). *Realibilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bettman, J. (1973) "Perceived Risk and its Component : A Model and Empirical Test," *Journal of Marketing Research*, Vol. 3 May, pp. 184-190.
- Darmawi, H. (2004). *Manajemen Risiko*. Jakarta: Bumi Aksara
- Engel, J.F, Blackwell, & Miniard. (1995). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid II. Jakarta :Binarupa Aksara
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firdayanti, R. (2012). *Persepsi Risiko Melakukan E-commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Membeli Produk Fashion Online*. Journal of Social and Industrial Psychology Vol I, No.1, Maret 2012
- Hadi, S. (2002). *Statistik Jilid Tiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Javernpaa, S.L , Todd, P.A. (1996). *Consumer Reactions to Electronic Shopping on the World Wide Web*. International Journal of Electronic Commerce, Vol I, No 2, pp 59-88
- Kotler, Philip & Amstrong, Garry (1996), *Priciple of Marketing 9<sup>th</sup> Ed*, New Jersey : Prentice Hall
- Kotler, P & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid I. Jakarta: PT. Indeks
- Kusumawati, Yunita. (2014). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kelompok Referensi Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halal Pada Mahasiswi Muslim*. Jurnal Psikologi Integratif, Vol. 2, No. 1 : 100-109
- Manoppo, Y, P. (2008). *Pengaruh Kualitas Inti, Kualitas Hubungan, Risiko yang Dipersepsikan, dan Harapan Konsumen pada Loyalitas Pelanggan dan Komplain Pelanggan pada Salon Kecantikan X yang Ada di Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol II, No.2 : 127-144



- Mowen, J.C, Minor, M. (2001). *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta : Erlangga
- Pavlou, P.A. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. *International Journal of Electronic Commerce / Spring 2003*, Vol. 7, No. 3, pp. 69–103.
- Pavlou, P.A, Featherman, M.S. (2003). *Predicting E-Services Adoption : A Perceived Risk Facets Perspective*. *International Journal Human Computer Studies* 59, pp. 451-474
- Peter, J. P. & Olson, J. (1999). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Rahim, H. (2013). *Optimisme Pertumbuhan Asuransi Indonesia; Proyeksi Perkembangan Lima Tahun (2014-2018)*. *Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko*, Vol I, No.2, September 2013
- Salim, A, H. (2007). *Asuransi Dan Manajemen Risiko*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Schiffman, L. & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT.Indeks
- Setiadi, J. N. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana
- Soeisno Djojosoedarso. (2003). *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*. Jakarta : Salemba Empat
- Stone, Robert N & Gronhaug, Kjell. (1993). *Perceived Risk : Further Considerations for the Marketing Discipline*. *European Journal of Marketing*, pp 39
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suseno, M. N. (2012). *Statistika : Teori dan Aplikasi untuk Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta : Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
- Swastha, B & Irawan (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tsur, M. (2007). *The Selectivity effect of past experience on purchasing decisions: Implications for the WTA-WTP disparity*. *Journal of economic psychology*.



**Lampiran 1**

**Alat Ukur Uji Coba**

*QUESTIONER*



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**  
**2015**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamualaikum WR.WB*

Salam sejahtera bagi kita semua, senang sekali saya bisa berjumpa dengan anda semua. Perkenalkan nama saya Eryka Nungky Kurniawati Mahasiswa S1 Prodi Psikologi UIN Sunan Kalijaga. Saya disini sedang mengadakan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir (skripsi) saya. Disini saya meminta Bapak/Ibu sekalian untuk mengisi kuesioner yang saya buat ini guna memberikan data yang berkaitan dengan penelitian saya.

Berkaitan dengan keakuratan data, saya mohon kepada Bapak/Ibu untuk bisa mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan anda, sehingga data yang dihasilkan bisa mencerminkan temuan yang ada dilapangan.

Perlu diketahui bahwa skala ini bukanlah tes, sehingga tidak ada jawaban yang benar atau salah, baik atau buruk. Jawaban yang diberikan tidak berpengaruh terhadap apapun yang berhubungan dengan nilai. Informasi, identitas, dan lain-lainnya akan dijamin kerahasiaannya.

Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi semua pihak. Demikian dari saya, atas partisipasi Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum WR. WB*

Peneliti

**Eryka Nungky Kurniawati**

### IDENTITAS RESPONDEN

Pada pertanyaan di bawah ini, Bapak/Ibu dimohon untuk menjawab pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya dengan memberi tanda silang (X) pada pilihan jawaban.

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin Anda :
  - a. Pria
  - b. Wanita
4. Pekerjaan :
  - a. Petani
  - b. Pedagang
  - c. Guru / Dosen
  - d. Pegawai Swasta
  - e. PNS
5. Pendidikan Terakhir :
  - a. SMA
  - b. Akademi / D3
  - c. S1 / D4
  - d. S2
  - e. S3
6. Berapa lama anda menjadi nasabah asuransi beasiswa :
  - a. < 1 tahun
  - b. 1 tahun - 3 tahun
  - c. 3 tahun - 5 tahun
  - d. 5 tahun - 10 tahun
  - e. > 10 tahun

#### Petunjuk Pengisian :

Pilihlah salah satu jawaban dibawah ini yang sesuai dengan keadaan diri Bapak/Ibu dengan memberikan tanda silang ( √ ) pada kolom yang tersedia. Pastikan tidak ada satu jawaban yang terlewati.

#### Keterangan :

- SS : Sangat Sesuai  
S : Sesuai  
N : Netral  
TS : Tidak sesuai  
STS : Sangat Tidak sesuai

**SKALA I**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya berusaha untuk mencari informasi yang lengkap mengenai produk asuransi Bumiputera yang saya inginkan.					
2.	Saya telah menerima informasi yang lengkap mengenai produk asuransi Bumiputera					
3.	Saya berusaha untuk memusatkan perhatian terhadap informasi asuransi yang menurut saya cocok dengan kebutuhan					
4.	Informasi mengenai produk asuransi Bumiputera yang diberikan agen asuransi mudah dipahami					
5.	Dengan membeli asuransi kebutuhan saya akan terjamin					
6.	Asuransi Bumiputera menjual produk yang bermanfaat dan menguntungkan					
7.	Saya merasa perlu mengevaluasi produk asuransi Bumiputera terlebih dahulu					
8.	Besarnya biaya premi menjadi pertimbangan saat membeli produk asuransi					
9.	Saya memikirkan kelebihan dan kekurangan produk asuransi Bumiputera yang saya beli					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
10.	Saya membandingkan produk asuransi Bumiputera dengan asuransi merek lainnya					
11.	Membeli produk asuransi Bumiputera merupakan keputusan yang tepat					
12.	Saya membeli produk asuransi Bumiputera atas kemauan saya sendiri					
13.	Saya mengetahui dengan baik produk asuransi Bumiputera yang saya beli					
14.	Saya mampu mengingat banyak produk asuransi Bumiputera					
15.	Saya mengetahui dengan baik mengenai proses membayar premi dan prosedur klaim					
16.	Saya mempertimbangkan terlebih dahulu produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan saya					
17.	Saya membeli asuransi karena sudah pernah mencoba dan merasakan manfaatnya					
18.	Saya akan merekomendasikan asuransi Bumiputera kepada orang lain					
19.	Saya tidak tertarik mencari informasi produk asuransi Bumiputera yang saya inginkan					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
20.	Informasi yang diberikan asuransi Bumiputera kepada saya tidak lengkap					
21.	Saya kurang mampu memusatkan perhatian terhadap informasi asuransi yang menurut saya cocok dengan kebutuhan					
22.	Informasi mengenai produk asuransi Bumiputera yang diberikan agen asuransi membingungkan					
23.	Pada kenyataannya asuransi tidak menjamin kebutuhan saya sepenuhnya					
24.	Saya meragukan manfaat dari produk yang dijual asuransi Bumiputera					
25.	Mengevaluasi produk asuransi Bumiputera bukanlah hal yang penting					
26.	Saya tidak mempertimbangkan besarnya biaya premi saat membeli produk asuransi					
27.	Saya tidak peduli dengan produk asuransi Bumiputera yang saya beli					
28.	Saya membeli produk asuransi Bumiputera tanpa membandingkan dengan asuransi merek lainnya					



NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
29.	Saya menyesal telah membeli produk asuransi Bumiputera					
30.	Saya membeli produk asuransi Bumiputera karena mendapat dorongan orang lain					
31.	Saya tidak mengetahui produk asuransi Bumiputera yang saya beli					
32.	Saya hanya mengingat sebagian produk asuransi Bumiputera					
33.	Saya tidak mengetahui bagaimana proses membayar premi dan prosedur klaim					
34.	Saya dapat dengan cepat memutuskan memilih produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan					
35.	Saya membeli asuransi karena ingin mencoba sesuatu yang baru					
36.	Saya tidak perlu merekomendasikan asuransi Bumiputera kepada orang lain					

**SKALA II**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Jaminan perlindungan asuransi yang diperoleh tidak sesuai dengan yang ditawarkan					
2.	Saya sulit mengandalkan asuransi karena tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan					
3.	Saya merasa kecewa dengan produk asuransi yang dibeli					
4.	Saya belum merasakan manfaat dari membeli produk asuransi					
5.	Tarif premi asuransi Bumiputera relatif mahal					
6.	Agen asuransi menagih pembayaran premi jauh hari sebelum tanggal jatuh tempo					
7.	Saya merasa cemas jika pada saat jatuh tempo saya tidak mendapatkan produk asuransi yang saya beli					
8.	Jaminan perlindungan asuransi yang diperoleh tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan					
9.	Agen asuransi lambat dalam melayani nasabah					
10.	Saya harus menunggu beberapa waktu untuk mendapatkan jaminan perlindungan asuransi saya					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
11.	Prosedur klaim asuransi sulit dan membutuhkan waktu yang lama					
12.	Agen asuransi tidak kompeten dalam melayani nasabah					
13.	Setelah membeli asuransi saya menjadi tidak percaya diri					
14.	Orang lain memandang rendah saya karena membeli produk asuransi					
15.	Produk asuransi yang saya beli tidak cocok dengan kebutuhan					
16.	Saya merasa stress karena produk asuransi yang dibeli tidak sesuai dengan keinginan saya					
17.	Keluarga saya tidak setuju karena saya membeli produk asuransi					
18.	Teman saya tidak mendukung saya membeli produk asuransi					
19.	Saya dianggap aneh oleh lingkungan sekitar karena membeli produk asuransi					
20.	Saya merasa malu dengan tanggapan lingkungan sekitar mengenai keputusan saya membeli produk asuransi					
21.	Saya merasa cemas jika informasi pribadi saya disebarluaskan oleh agen asuransi					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
22.	Saya pernah mendapat telepon yang menawarkan kartu kredit dan menurut saya mereka memperoleh informasi dari agen asuransi					
23.	Saya merasa agen asuransi tidak dapat menyimpan informasi milik nasabah dengan baik					
24.	Informasi pribadi yang saya berikan kepada agen asuransi tidak boleh diketahui pihak lain					
25.	Saya merasa jaminan perlindungan asuransi yang diperoleh sudah sesuai dengan yang ditawarkan					
26.	Saya yakin bahwa asuransi akan memberikan sesuai dengan apa yang dijanjikan					
27.	Saya merasa puas dengan produk asuransi yang dibeli					
28.	Saya merasakan banyak manfaat dari membeli produk asuransi					
29.	Tarif premi asuransi Bumiputera terjangkau					
30.	Agan asuransi menagih pembayaran premi tepat pada saat tanggal jatuh tempo					
31.	Saya yakin akan mendapat produk asuransi pada saat jatuh tempo					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
32.	Jaminan perlindungan asuransi yang diperoleh sepadan dengan uang yang dikeluarkan					
33	Agen asuransi berusaha meningkatkan kecepatan dalam melayani nasabah					
34	Saya bisa langsung mendapatkan jaminan perlindungan asuransi pada saat jatuh tempo					
35	Prosedur klaim asuransi mudah dan cepat					
36	Agen asuransi memberikan pelayanan baik terhadap nasabah					
37	Membeli produk asuransi menaikkan rasa percaya diri saya					
38	Saya merasa lebih dihormati dan dihargai orang lain karena membeli produk asuransi					
39	Produk asuransi yang saya beli sesuai dengan kebutuhan					
40	Saya merasa biasa saja jika produk asuransi yang dibeli tidak sesuai dengan keinginan					
41	Saya mendapatkan dukungan dari keluarga untuk membeli produk asuransi					
42	Saya mendapat rekomendasi dari teman untuk membeli produk asuransi					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
43	Saya membeli produk asuransi agar mendapat penilaian lebih di lingkungan sekitar saya					
44	Saya tidak peduli dengan tanggapan lingkungan sekitar mengenai keputusan saya membeli produk asuransi					
45	Agen asuransi tidak akan memberikan informasi pribadi milik nasabah kepada pihak lain					
46	Saya percaya agen asuransi tidak akan menipu saya					
47	Saya yakin agen asuransi dapat menyimpan informasi milik nasabah dengan baik					
48	Saya tidak keberatan jika informasi pribadi saya diketahui pihak lain					

**Lampiran 2**  
**Alat Ukur Penelitian**

*QUESTIONER*



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**  
**2015**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamualaikum WR.WB*

Salam sejahtera bagi kita semua, senang sekali saya bisa berjumpa dengan anda semua. Perkenalkan nama saya Eryka Nungky Kurniawati Mahasiswa S1 Prodi Psikologi UIN Sunan Kalijaga. Saya disini sedang mengadakan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir (skripsi) saya. Disini saya meminta Bapak/Ibu sekalian untuk mengisi kuesioner yang saya buat ini guna memberikan data yang berkaitan dengan penelitian saya.

Berkaitan dengan keakuratan data, saya mohon kepada Bapak/Ibu untuk bisa mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan anda, sehingga data yang dihasilkan bisa mencerminkan temuan yang ada dilapangan.

Perlu diketahui bahwa skala ini bukanlah tes, sehingga tidak ada jawaban yang benar atau salah, baik atau buruk. Jawaban yang diberikan tidak berpengaruh terhadap apapun yang berhubungan dengan nilai. Informasi, identitas, dan lain-lainnya akan dijamin kerahasiaannya.

Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi semua pihak. Demikian dari saya, atas partisipasi Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum WR. WB*

Peneliti

**Eryka Nungky Kurniawati**



### IDENTITAS RESPONDEN

Pada pertanyaan di bawah ini, Bapak/Ibu dimohon untuk menjawab pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya dengan memberi tanda silang (X) pada pilihan jawaban.

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin Anda :
  - a. Pria
  - b. Wanita
4. Pekerjaan :
  - a. Petani
  - b. Pedagang
  - c. Guru / Dosen
  - d. Pegawai Swasta
  - e. PNS
5. Pendidikan Terakhir :
  - a. SMA
  - b. Akademi / D3
  - c. S1 / D4
  - d. S2
  - e. S3
6. Berapa lama anda menjadi nasabah asuransi beasiswa :
  - a. < 1 tahun
  - b. 1 tahun - 3 tahun
  - c. 3 tahun - 5 tahun
  - d. 5 tahun - 10 tahun
  - e. > 10 tahun

#### Petunjuk Pengisian :

Pilihlah salah satu jawaban dibawah ini yang sesuai dengan keadaan diri Bapak/Ibu dengan memberikan tanda silang ( √ ) pada kolom yang tersedia. Pastikan tidak ada satu jawaban yang terlewat.

#### Keterangan :

- SS : Sangat Sesuai  
 S : Sesuai  
 N : Netral  
 TS : Tidak sesuai  
 STS : Sangat Tidak sesuai

**SKALA I**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya berusaha untuk memusatkan perhatian terhadap informasi asuransi yang menurut saya cocok dengan kebutuhan					
2.	Informasi mengenai produk asuransi Bumiputera yang diberikan agen asuransi mudah dipahami					
3.	Besarnya biaya premi menjadi pertimbangan saat membeli produk asuransi					
4.	Membeli produk asuransi Bumiputera merupakan keputusan yang tepat					
5.	Saya mengetahui dengan baik produk asuransi Bumiputera yang saya beli					
6.	Saya mempertimbangkan terlebih dahulu produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan saya					
7.	Saya tidak tertarik mencari informasi produk asuransi Bumiputera yang saya inginkan					
8.	Informasi mengenai produk asuransi Bumiputera yang diberikan agen asuransi membingungkan					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
9.	Mengevaluasi produk asuransi Bumiputera bukanlah hal yang penting					
10.	Saya menyesal telah membeli produk asuransi Bumiputera					
11.	Saya tidak mengetahui produk asuransi Bumiputera yang saya beli					
12.	Saya tidak perlu merekomendasikan asuransi Bumiputera kepada orang lain					
13.	Asuransi Bumiputera menjual produk yang bermanfaat dan menguntungkan					
14.	Saya memikirkan kelebihan dan kekurangan produk asuransi Bumiputera yang saya beli					
15.	Saya mengetahui dengan baik mengenai proses membayar premi dan prosedur klaim					
16.	Saya membeli asuransi karena sudah pernah mencoba dan merasakan manfaatnya					
17.	Saya akan merekomendasikan asuransi Bumiputera kepada orang lain					
18.	Informasi yang diberikan asuransi Bumiputera kepada saya tidak lengkap					
19.	Saya kurang mampu memusatkan perhatian terhadap informasi asuransi yang menurut saya cocok dengan kebutuhan					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
20.	Pada kenyataannya asuransi tidak menjamin kebutuhan saya sepenuhnya					
21.	Saya meragukan manfaat dari produk yang dijual asuransi Bumiputera					
22.	Saya tidak mempertimbangkan besarnya biaya premi saat membeli produk asuransi					
23.	Saya tidak peduli dengan produk asuransi Bumiputera yang saya beli					
24.	Saya membeli produk asuransi Bumiputera karena mendapat dorongan orang lain					
25.	Saya hanya mengingat sebagian produk asuransi Bumiputera					
26.	Saya tidak mengetahui bagaimana proses membayar premi dan prosedur klaim					

**SKALA II**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Jaminan perlindungan asuransi yang diperoleh tidak sesuai dengan yang ditawarkan					
2.	Saya merasa kecewa dengan produk asuransi yang dibeli					
3.	Tarif premi asuransi Bumiputera relatif mahal					
4.	Jaminan perlindungan asuransi yang diperoleh tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan					
5.	Agen asuransi lambat dalam melayani nasabah					
6.	Prosedur klaim asuransi sulit dan membutuhkan waktu yang lama					
7.	Setelah membeli asuransi saya menjadi tidak percaya diri					
8.	Produk asuransi yang saya beli tidak cocok dengan kebutuhan					
9.	Keluarga saya tidak setuju karena saya membeli produk asuransi					
10.	Saya dianggap aneh oleh lingkungan sekitar karena membeli produk asuransi					
11.	Saya merasa cemas jika informasi pribadi saya disebarluaskan oleh agen asuransi					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
12.	Saya merasa agen asuransi tidak dapat menyimpan informasi milik nasabah dengan baik					
13.	Saya merasa jaminan perlindungan asuransi yang diperoleh sudah sesuai dengan yang ditawarkan					
14.	Saya merasa puas dengan produk asuransi yang dibeli					
15.	Tarif premi asuransi Bumiputera terjangkau					
16.	Saya yakin akan mendapat produk asuransi pada saat jatuh tempo					
17.	Agen asuransi berusaha meningkatkan kecepatan dalam melayani nasabah					
18.	Prosedur klaim asuransi mudah dan cepat					
19.	Membeli produk asuransi menaikkan rasa percaya diri saya					
20.	Produk asuransi yang saya beli sesuai dengan kebutuhan					
21.	Saya mendapatkan dukungan dari keluarga untuk membeli produk asuransi					
22.	Agen asuransi tidak akan memberikan informasi pribadi milik nasabah kepada pihak lain					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
23.	Saya yakin agen asuransi dapat menyimpan informasi milik nasabah dengan baik					
24.	Saya sulit mengandalkan asuransi karena tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan					
25.	Saya belum merasakan manfaat dari membeli produk asuransi					
26.	Agen asuransi menagih pembayaran premi jauh hari sebelum tanggal jatuh tempo					
27.	Saya harus menunggu beberapa waktu untuk mendapatkan jaminan perlindungan asuransi saya					
28.	Agen asuransi tidak kompeten dalam melayani nasabah					
29.	Orang lain memandang rendah saya karena membeli produk asuransi					
30.	Saya merasa stress karena produk asuransi yang dibeli tidak sesuai dengan keinginan saya					
31.	Teman saya tidak mendukung saya membeli produk asuransi					
32.	Saya merasa malu dengan tanggapan lingkungan sekitar mengenai keputusan saya membeli produk asuransi					
33.	Saya pernah mendapat telepon yang menawarkan kartu kredit dan menurut saya mereka memperoleh informasi dari agen asuransi					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
34	Saya yakin bahwa asuransi akan memberikan sesuai dengan apa yang dijanjikan					
35	Saya merasakan banyak manfaat dari membeli produk asuransi					
36	Agen asuransi menagih pembayaran premi tepat pada saat tanggal jatuh tempo					
37	Jaminan perlindungan asuransi yang diperoleh sepadan dengan uang yang dikeluarkan					
38	Saya bisa langsung mendapatkan jaminan perlindungan asuransi pada saat jatuh tempo					
39	Agen asuransi memberikan pelayanan baik terhadap nasabah					
40	Saya merasa lebih dihormati dan dihargai orang lain karena membeli produk asuransi					
41	Saya mendapat rekomendasi dari teman untuk membeli produk asuransi					
42	Saya percaya agen asuransi tidak akan menipu saya					



### Lampiran 3

#### Tabulasi Hasil Uji Coba Skala Keputusan Pembelian

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Subyek 1	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
Subyek 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Subyek 3	4	4	4	3	2	4	1	3	4	2	4	4	4	2	3	4	4	4
Subyek 4	3	3	4	3	2	3	3	4	4	2	3	4	3	1	2	3	4	3
Subyek 5	4	4	4	3	3	4	2	3	3	1	3	3	4	3	4	3	3	3
Subyek 6	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	3	3
Subyek 7	4	4	4	3	3	4	1	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4
Subyek 8	3	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4
Subyek 9	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	1	2	3	4	3
Subyek 10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
Subyek 11	4	4	4	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3
Subyek 12	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	1	3	1	1	4	4	4
Subyek 13	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3
Subyek 14	3	4	4	3	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4
Subyek 15	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Subyek 16	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3
Subyek 17	3	3	2	3	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	2	4	3
Subyek 18	1	2	3	2	4	4	2	2	2	3	3	1	2	3	3	2	2	2
Subyek 19	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4
Subyek 20	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4
Subyek 21	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4
Subyek 22	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4
Subyek 23	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	2	3	2	3
Subyek 24	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	2	3	2	3
Subyek 25	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	3	2	4	3	3
Subyek 26	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3
Subyek 27	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Subyek 28	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek 29	4	3	4	3	3	4	3	4	3	1	4	4	4	3	3	3	4	4
Subyek 30	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	3	3	4	4	2	4
Subyek 31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2
Subyek 32	4	4	4	1	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
Subyek 33	4	4	3	4	4	4	1	3	3	1	4	4	4	3	4	3	4	4
Subyek 34	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1	4	4	4	3	4	3	4	4
Subyek 35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Subyek 36	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Subyek 37	4	4	4	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3
Subyek 38	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Subyek 39	3	2	2	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	2	2	2	2	2
Subyek 40	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3

	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Subyek 1	1	1	1	1	0	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4
Subyek 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
Subyek 3	2	3	3	3	3	4	2	3	4	2	4	3	4	3	4	3	2	3
Subyek 4	3	3	3	3	1	3	3	4	4	3	3	1	3	1	3	3	3	3
Subyek 5	0	3	1	4	0	3	2	2	3	3	3	2	4	3	4	1	1	3
Subyek 6	2	1	2	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	3	4
Subyek 7	3	3	3	3	3	4	0	3	3	3	4	3	4	1	3	1	2	3
Subyek 8	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	3	2	3	4
Subyek 9	3	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2	1	3	2	3	1	1	3
Subyek 10	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	1	1	3
Subyek 11	3	2	3	3	1	3	3	3	3	1	4	4	4	3	4	3	3	3
Subyek 12	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2
Subyek 13	3	3	2	3	2	3	2	2	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3
Subyek 14	2	1	1	2	1	2	3	1	3	1	3	1	3	1	3	0	1	3
Subyek 15	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3
Subyek 16	2	2	1	0	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	0	1	1
Subyek 17	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2
Subyek 18	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	2	3	2	1	3	3	3
Subyek 19	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	2	3
Subyek 20	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	1	2	3
Subyek 21	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	1	2	3
Subyek 22	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	0	0	4
Subyek 23	2	3	3	3	2	3	2	3	4	2	4	2	4	1	2	2	3	3
Subyek 24	2	2	2	1	1	2	2	3	4	2	4	2	4	1	2	2	3	3
Subyek 25	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1
Subyek 26	3	3	3	3	3	4	3	3	4	1	3	1	3	3	3	1	3	3
Subyek 27	3	2	3	2	3	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	1	1	3
Subyek 28	1	1	1	1	1	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	1	4	4
Subyek 29	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	1	3	1	3	1	3	4
Subyek 30	4	3	4	3	2	4	2	3	4	0	4	4	4	3	3	0	2	4
Subyek 31	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
Subyek 32	4	3	1	3	4	4	4	3	4	1	4	4	3	1	4	0	0	4
Subyek 33	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	0	3	4
Subyek 34	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	0	3	4
Subyek 35	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3
Subyek 36	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3
Subyek 37	3	2	3	3	1	3	3	3	3	1	4	4	4	3	4	3	3	3
Subyek 38	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3
Subyek 39	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3
Subyek 40	2	3	3	3	2	2	2	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	3

## Lampiran 4

### Tabulasi Hasil Uji Coba Skala Persepsi Risiko

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Subyek 1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	1	3
Subyek 2	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Subyek 3	1	0	0	0	1	0	3	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Subyek 4	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	2	2	2	2
Subyek 5	1	1	1	1	1	1	1	0	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
Subyek 6	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1
Subyek 7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Subyek 8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Subyek 9	2	1	2	1	1	3	1	2	1	2	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	2	0	1	2
Subyek 10	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
Subyek 11	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	3	2	2
Subyek 12	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3
Subyek 13	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
Subyek 14	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
Subyek 15	1	1	1	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	3	1	1	3
Subyek 16	0	0	0	1	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	3
Subyek 17	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2
Subyek 18	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	0	2	2	1	1	2	0	0	2	2	3
Subyek 19	2	1	2	1	1	3	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3
Subyek 20	1	1	1	0	0	0	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1
Subyek 21	1	1	1	0	0	0	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1
Subyek 22	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Subyek 23	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	2	1	1	0	2	1	3	0	0	0	0	3	1	3
Subyek 24	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	2	1	3	0	0	0	0	3	1	3
Subyek 25	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2
Subyek 26	1	1	1	1	0	0	2	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	3
Subyek 27	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Subyek 28	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
Subyek 29	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	0	0	2	1	1	1	0	2	0	0	3
Subyek 30	0	0	1	2	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	4
Subyek 31	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	3
Subyek 32	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	4	0	1	1	1	0	0	0	4	0	0	4
Subyek 33	0	1	1	1	0	0	1	0	1	3	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	4
Subyek 34	0	1	1	1	0	0	1	0	1	3	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	4
Subyek 35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3
Subyek 36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3
Subyek 37	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	3	2	2
Subyek 38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3
Subyek 39	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3
Subyek 40	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	3	0	0	0	3	1	3	4

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Subyek 1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	2	1	3	1	1	2	3	1	1	2	4
Subyek 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	3	1	1	1	1	3
Subyek 3	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	2	0	0	3	1	1	0	0	2
Subyek 4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	1	1	1	2
Subyek 5	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	2	3	1	1	1
Subyek 6	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1
Subyek 7	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	3	1	1	0	0	1
Subyek 8	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	4	1	2	2	2	2
Subyek 9	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	2	1	1	2	1	2	1	1	3	1	2	2	1	2
Subyek 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	3	1	3	1	1	3	1	1	1	1	2
Subyek 11	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	0	1	1
Subyek 12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1
Subyek 13	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	3	3	2	1	1	1
Subyek 14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	0	0	1	0	0	0
Subyek 15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	1	2	2	1	0	0	3
Subyek 16	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3	1	1	1	1	2
Subyek 17	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	2	2	2	1	2	2
Subyek 18	1	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	4	0	1	1	1	4
Subyek 19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	2
Subyek 20	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	2	4	3	0	0	0	1
Subyek 21	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	2	4	3	0	0	0	1
Subyek 22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	2	2	0	0	0	2
Subyek 23	0	0	1	0	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	3	1	1	3	1	1	1	1	3
Subyek 24	0	0	1	0	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	1	2
Subyek 25	0	1	1	0	0	0	1	1	2	2	1	0	0	1	1	2	2	2	0	0	1	1	0	1
Subyek 26	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	2	1	1	3	3	1	1	0	3
Subyek 27	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	3	1	2	0	0	0
Subyek 28	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	0	3	1	2	3	3	2	1	1	1
Subyek 29	1	0	1	0	0	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	3	1	0	0	0	1
Subyek 30	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	3	2	1	4	2	0	0	0	4
Subyek 31	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	3	2	2	2	1	3
Subyek 32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3	3	0	0	0	4
Subyek 33	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	4	0	0	0	0	0
Subyek 34	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	4	0	0	0	0	0
Subyek 35	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	1	1	0	0	3
Subyek 36	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	1	1	0	0	3
Subyek 37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
Subyek 38	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	3	1	1	0	0	3
Subyek 39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	2	2	2
Subyek 40	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	3	1	1	1	1	3

## Lampiran 5

### Uji Seleksi Aitem dan Reliabilitas Skala Keputusan Pembelian

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	36

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	103.1250	204.881	.290	.907
VAR00002	103.2000	205.190	.272	.908
VAR00003	103.2250	203.974	.318	.907
VAR00004	103.4000	203.426	.346	.907
VAR00005	103.5500	204.972	.200	.909
VAR00006	103.0750	200.635	.574	.905
VAR00007	103.9000	206.964	.105	.911
VAR00008	103.5250	201.435	.463	.906
VAR00009	103.3500	199.413	.621	.904
VAR00010	104.2500	206.141	.171	.909
VAR00011	103.1750	200.148	.645	.904
VAR00012	103.0750	204.379	.266	.908

VAR00013	103.2000	202.113	.477	.906
VAR00014	103.8250	204.558	.205	.909
VAR00015	103.5750	198.712	.471	.905
VAR00016	103.3750	202.343	.455	.906
VAR00017	103.2000	201.497	.400	.906
VAR00018	103.2250	199.256	.606	.904
VAR00019	104.1250	195.753	.474	.905
VAR00020	104.1250	195.446	.635	.903
VAR00021	104.2000	193.856	.654	.902
VAR00022	104.0250	189.204	.785	.900
VAR00023	104.3000	191.549	.599	.903
VAR00024	103.5750	191.943	.801	.901
VAR00025	104.1750	199.840	.350	.907
VAR00026	103.9000	194.144	.654	.902
VAR00027	103.4750	196.615	.533	.904
VAR00028	104.5250	202.974	.232	.909
VAR00029	103.2250	194.692	.733	.902
VAR00030	104.1250	189.804	.640	.902
VAR00031	103.4250	195.328	.675	.903
VAR00032	104.3750	195.881	.494	.905
VAR00033	103.6500	191.926	.723	.901
VAR00034	105.2250	211.051	-.051	.914
VAR00035	104.3750	206.240	.113	.911
VAR00036	103.5500	198.254	.580	.904

## Uji Reliabilitas Skala Keputusan Pembelian

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	26

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	75.5250	158.922	.302	.932
VAR00002	75.7000	158.728	.313	.932
VAR00003	75.3750	155.420	.596	.929
VAR00004	75.8250	156.866	.436	.930
VAR00005	75.6500	155.208	.584	.929
VAR00006	75.4750	154.974	.670	.928
VAR00007	75.5000	156.769	.494	.930
VAR00008	75.8750	154.317	.455	.930
VAR00009	75.6750	157.558	.433	.930

VAR00010	75.5000	156.974	.372	.931
VAR00011	75.5250	154.410	.613	.928
VAR00012	76.4250	149.533	.550	.929
VAR00013	76.4250	150.866	.650	.927
VAR00014	76.5000	149.795	.651	.927
VAR00015	76.3250	145.456	.795	.925
VAR00016	76.6000	147.836	.592	.929
VAR00017	75.8750	147.087	.855	.924
VAR00018	76.4750	154.153	.384	.932
VAR00019	76.2000	150.215	.643	.927
VAR00020	75.7750	151.820	.549	.929
VAR00021	75.5250	150.512	.732	.926
VAR00022	76.4250	146.456	.628	.928
VAR00023	75.7250	150.307	.716	.927
VAR00024	76.6750	151.302	.502	.930
VAR00025	75.9500	147.433	.754	.926
VAR00026	75.8500	153.208	.604	.928



## Lampiran 6

### Uji Seleksi Aitem dan Reliabilitas Skala Persepsi Risiko

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	48

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	48.4750	288.204	.778	.927
VAR00002	48.5750	295.533	.583	.929
VAR00003	48.4250	296.046	.594	.929
VAR00004	48.5000	298.923	.406	.930
VAR00005	48.5500	289.638	.742	.927
VAR00006	48.4500	286.254	.691	.927
VAR00007	47.9000	304.246	.103	.933
VAR00008	48.4000	293.426	.702	.928

VAR00009	48.4000	292.862	.609	.928
VAR00010	48.2500	295.321	.424	.930
VAR00011	48.4750	288.204	.778	.927
VAR00012	48.6000	290.964	.695	.928
VAR00013	48.7000	296.779	.406	.930
VAR00014	48.8000	290.574	.670	.928
VAR00015	48.4500	296.767	.579	.929
VAR00016	48.6000	294.656	.652	.928
VAR00017	48.4750	297.846	.358	.930
VAR00018	48.6000	295.426	.510	.929
VAR00019	48.7750	293.769	.549	.929
VAR00020	48.9500	297.997	.462	.930
VAR00021	48.1750	295.481	.303	.932
VAR00022	48.3500	291.310	.456	.930
VAR00023	48.5500	290.203	.685	.928
VAR00024	47.0500	312.818	-.139	.937
VAR00025	48.7250	302.410	.313	.931
VAR00026	48.8000	296.472	.599	.929
VAR00027	48.6750	294.379	.719	.928
VAR00028	48.9500	300.767	.392	.930
VAR00029	48.9250	298.687	.504	.929
VAR00030	48.7250	299.589	.395	.930
VAR00031	48.6500	292.849	.663	.928
VAR00032	48.7250	292.563	.681	.928
VAR00033	48.7000	293.651	.740	.928
VAR00034	48.6000	290.144	.663	.928
VAR00035	48.5500	290.459	.619	.928
VAR00036	48.8000	297.036	.570	.929
VAR00037	48.7250	296.102	.558	.929
VAR00038	48.3250	293.815	.475	.929
VAR00039	48.7250	298.922	.554	.929
VAR00040	47.1250	303.958	.171	.932
VAR00041	48.6250	293.317	.700	.928

VAR00042	48.3250	293.969	.533	.929
VAR00043	46.6500	318.746	-.340	.937
VAR00044	48.0000	308.872	-.035	.935
VAR00045	48.3500	296.849	.429	.930
VAR00046	48.8000	296.626	.512	.929
VAR00047	48.8250	297.379	.473	.929
VAR00048	47.5500	302.767	.111	.934



### Uji Reliabilitas Skala Persepsi Risiko

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	42

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	35.9000	289.374	.803	.951
VAR00002	36.0000	297.026	.598	.952
VAR00003	35.8500	297.413	.616	.952
VAR00004	35.9250	300.840	.401	.953
VAR00005	35.9750	290.538	.779	.951
VAR00006	35.8750	286.933	.728	.951
VAR00007	35.8250	295.225	.702	.951

VAR00008	35.8250	293.174	.670	.951
VAR00009	35.6750	296.122	.458	.953
VAR00010	35.9000	289.733	.788	.951
VAR00011	36.0250	291.410	.750	.951
VAR00012	36.1250	298.881	.395	.953
VAR00013	36.2250	291.102	.720	.951
VAR00014	35.8750	298.112	.603	.952
VAR00015	36.0250	295.512	.698	.951
VAR00016	35.9000	300.349	.333	.954
VAR00017	36.0250	296.230	.551	.952
VAR00018	36.2000	294.985	.572	.952
VAR00019	36.3750	299.163	.491	.952
VAR00020	35.6000	298.451	.273	.955
VAR00021	35.7750	291.358	.506	.953
VAR00022	35.9750	291.051	.722	.951
VAR00023	36.1500	304.900	.277	.953
VAR00024	36.2250	298.692	.578	.952
VAR00025	36.1000	297.221	.664	.952
VAR00026	36.3750	302.753	.383	.953
VAR00027	36.3500	300.951	.480	.953
VAR00028	36.1500	301.721	.380	.953
VAR00029	36.0750	294.635	.663	.952

VAR00030	36.1500	294.644	.668	.952
VAR00031	36.1250	295.548	.735	.951
VAR00032	36.0250	292.025	.659	.951
VAR00033	35.9750	292.692	.602	.952
VAR00034	36.2250	298.640	.581	.952
VAR00035	36.1500	298.233	.543	.952
VAR00036	35.7500	295.987	.462	.953
VAR00037	36.1500	301.003	.538	.952
VAR00038	36.0500	295.690	.672	.952
VAR00039	35.7500	296.397	.508	.952
VAR00040	35.7750	297.102	.489	.953
VAR00041	36.2250	298.487	.509	.952
VAR00042	36.2500	299.321	.467	.953

## Lampiran 7

## Tabulasi Data Penelitian Skala Keputusan Pembelian

NO	Subyek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Subyek 1	4	4	3	4	2	3	2	4	3	4	3	3	4
2	Subyek 3	4	4	3	4	2	3	2	4	3	4	3	3	4
3	Subyek 4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	Subyek 5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
5	Subyek 6	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
6	Subyek 7	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3
7	Subyek 8	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
8	Subyek 9	4	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4
9	Subyek 10	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
10	Subyek 11	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
11	Subyek 13	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	1	3
12	Subyek 14	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3
13	Subyek 15	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
14	Subyek 16	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3
15	Subyek 17	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4
16	Subyek 19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
17	Subyek 20	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
18	Subyek 21	3	3	3	4	4	3	1	2	2	2	2	3	3
19	Subyek 22	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
20	Subyek 23	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	Subyek 24	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	Subyek 25	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4
23	Subyek 26	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
24	Subyek 27	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	Subyek 28	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
26	Subyek 29	3	3	4	3	3	4	4	3	0	3	3	0	4
27	Subyek 30	3	3	4	3	3	3	2	2	1	2	2	2	3
28	Subyek 33	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
29	Subyek 34	3	3	3	2	3	4	3	3	1	3	4	3	2
30	Subyek 36	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	2	4
31	Subyek 37	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4
32	Subyek 38	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
33	Subyek 39	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3
34	Subyek 40	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
35	Subyek 41	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
36	Subyek 42	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3
37	Subyek 43	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3
38	Subyek 44	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
39	Subyek 45	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3

NO	Subyek	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
1	Subyek 1	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
2	Subyek 3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3
3	Subyek 4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	2	4	4
4	Subyek 5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	Subyek 6	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	0	1	2
6	Subyek 7	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
7	Subyek 8	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
8	Subyek 9	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
9	Subyek 10	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
10	Subyek 11	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
11	Subyek 13	3	2	2	4	3	3	3	3	2	2	1	2	3
12	Subyek 14	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	Subyek 15	3	3	4	4	4	3	4	4	1	3	3	3	3
14	Subyek 16	3	3	3	2	3	2	3	3	1	1	3	3	2
15	Subyek 17	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3
16	Subyek 19	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3
17	Subyek 20	3	3	3	4	3	2	2	3	3	4	3	2	3
18	Subyek 21	3	2	2	4	2	3	3	3	3	2	2	1	3
19	Subyek 22	3	3	3	4	1	3	1	2	3	2	3	0	4
20	Subyek 23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3
21	Subyek 24	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
22	Subyek 25	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3
23	Subyek 26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
24	Subyek 27	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
25	Subyek 28	3	3	3	4	1	3	1	2	3	2	3	0	4
26	Subyek 29	2	3	3	3	3	0	3	3	1	3	3	3	3
27	Subyek 30	4	3	3	4	1	3	1	2	3	2	3	0	4
28	Subyek 33	3	3	4	4	4	3	4	4	1	3	3	3	3
29	Subyek 34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
30	Subyek 36	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	2	4
31	Subyek 37	3	3	4	4	3	3	2	0	3	3	1	2	1
32	Subyek 38	3	3	3	4	2	1	3	3	3	3	3	3	3
33	Subyek 39	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3
34	Subyek 40	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	0	1	3
35	Subyek 41	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1
36	Subyek 42	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3
37	Subyek 43	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	2	3
38	Subyek 44	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	1	2	3
39	Subyek 45	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3



## Lampiran 8

## Tabulasi Data Penelitian Skala Persepsi Risiko

NO	Subyek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	Subyek 1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	2	1	1
2	Subyek 3	1	1	1	1	1	2	0	1	1	0	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1
3	Subyek 4	1	1	2	1	1	0	1	1	0	1	2	1	1	0	0	2	0	0	1	1	0
4	Subyek 5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
5	Subyek 6	4	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	2	1	0	1
6	Subyek 7	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
7	Subyek 8	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
8	Subyek 9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	2	1	2	1	1	1
9	Subyek 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
10	Subyek 11	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	3	0	0	1	1	1	1	1	2
11	Subyek 13	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
12	Subyek 14	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	1	2	1	2	2	1	2
13	Subyek 15	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	Subyek 16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
15	Subyek 17	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1
16	Subyek 19	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1
17	Subyek 20	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	2	1	1
18	Subyek 21	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
19	Subyek 22	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	2	1	1
20	Subyek 23	1	1	1	1	1	2	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
21	Subyek 24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	Subyek 25	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
23	Subyek 26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	Subyek 27	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
25	Subyek 28	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	2	1	1
26	Subyek 29	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	0	1	0	0	0	1	0	0	1
27	Subyek 30	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	0	1	1	3	2	1	1
28	Subyek 33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	Subyek 34	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
30	Subyek 36	0	0	2	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
31	Subyek 37	1	0	2	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	2	
32	Subyek 38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	Subyek 39	1	1	1	1	1	2	0	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1
34	Subyek 40	4	1	0	1	1	3	1	1	1	1	3	3	3	0	1	1	1	2	1	0	1
35	Subyek 41	3	1	1	1	1	3	1	1	0	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1
36	Subyek 42	1	1	1	1	1	2	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
37	Subyek 43	1	1	1	1	1	2	0	1	1	0	3	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
38	Subyek 44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	Subyek 45	1	1	2	2	1	2	1	2	0	0	2	1	3	2	2	2	1	2	1	1	1

NO	Subyek	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
1	Subyek 1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	0	1	2	1	0	2	1	0
2	Subyek 3	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1
3	Subyek 4	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	0	1	2	1
4	Subyek 5	1	1	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	Subyek 6	1	0	1	3	3	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	2	1
6	Subyek 7	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
7	Subyek 8	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1
8	Subyek 9	0	0	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
9	Subyek 10	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0
10	Subyek 11	1	1	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
11	Subyek 13	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	2	0
12	Subyek 14	3	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	0	2	1	1
13	Subyek 15	1	1	3	3	3	1	1	1	3	3	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1
14	Subyek 16	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	Subyek 17	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
16	Subyek 19	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1
17	Subyek 20	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	2	1	1	2	1
18	Subyek 21	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	2	0
19	Subyek 22	2	2	2	2	1	3	1	0	1	1	0	3	3	2	1	2	2	2	2	3	1
20	Subyek 23	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1
21	Subyek 24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	Subyek 25	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	Subyek 26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
24	Subyek 27	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1
25	Subyek 28	2	2	2	2	1	2	1	0	0	1	0	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
26	Subyek 29	3	3	1	0	1	3	1	2	1	1	1	3	0	1	0	2	3	1	3	3	0
27	Subyek 30	2	2	2	2	1	2	1	0	1	1	0	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1
28	Subyek 33	1	1	3	2	3	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1
29	Subyek 34	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
30	Subyek 36	0	0	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	0
31	Subyek 37	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	0	0	1	1	1	1	2	2	1
32	Subyek 38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	Subyek 39	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
34	Subyek 40	1	0	1	3	3	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	2	1
35	Subyek 41	1	1	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	Subyek 42	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
37	Subyek 43	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1
38	Subyek 44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	2	1
39	Subyek 45	0	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1

**Lampiran 9**  
**Deskripsi Statistik**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keputusan Pembelian	39	66	90	78.21	5.616
Persepsi Risiko	39	33	66	48.18	7.650
Valid N (listwise)	39				

**Statistics**

		Keputusan Pembelian	Persepsi Risiko
N	Valid	39	39
	Missing	0	0

**Keputusan Pembelian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	66	1	2.6	2.6	2.6
	68	2	5.1	5.1	7.7
	70	3	7.7	7.7	15.4
	71	1	2.6	2.6	17.9
	73	1	2.6	2.6	20.5
	74	1	2.6	2.6	23.1
	75	1	2.6	2.6	25.6
	76	1	2.6	2.6	28.2
	77	6	15.4	15.4	43.6
	78	2	5.1	5.1	48.7
	79	3	7.7	7.7	56.4
	80	2	5.1	5.1	61.5
	81	2	5.1	5.1	66.7

82	4	10.3	10.3	76.9
83	2	5.1	5.1	82.1
84	2	5.1	5.1	87.2
85	4	10.3	10.3	97.4
90	1	2.6	2.6	100.0
Total	39	100.0	100.0	

### Persepsi Risiko

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 33	1	2.6	2.6	2.6
34	1	2.6	2.6	5.1
35	1	2.6	2.6	7.7
36	1	2.6	2.6	10.3
39	1	2.6	2.6	12.8
43	5	12.8	12.8	25.6
44	2	5.1	5.1	30.8
45	2	5.1	5.1	35.9
46	2	5.1	5.1	41.0
47	3	7.7	7.7	48.7
48	1	2.6	2.6	51.3
49	2	5.1	5.1	56.4
50	4	10.3	10.3	66.7
51	2	5.1	5.1	71.8
52	2	5.1	5.1	76.9
53	3	7.7	7.7	84.6
57	3	7.7	7.7	92.3
63	1	2.6	2.6	94.9
65	1	2.6	2.6	97.4
66	1	2.6	2.6	100.0
Total	39	100.0	100.0	

## Lampiran 10

### Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

##### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Keputusan Pembelian	39	100.0%	0	.0%	39	100.0%
Persepsi Risiko	39	100.0%	0	.0%	39	100.0%

##### Descriptives

		Statistic	Std. Error	
Keputusan Pembelian	Mean	78.21	.899	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	76.38	
		Upper Bound	80.03	
	5% Trimmed Mean	78.31		
	Median	79.00		
	Variance	31.536		
	Std. Deviation	5.616		
	Minimum	66		
	Maximum	90		
	Range	24		
	Interquartile Range	7		
	Skewness	-.386	.378	
	Kurtosis	-.354	.741	
	Persepsi Risiko	Mean	48.18	1.225
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	45.70	
		Upper Bound	50.66	
5% Trimmed Mean		48.03		

Median	48.00	
Variance	58.520	
Std. Deviation	7.650	
Minimum	33	
Maximum	66	
Range	33	
Interquartile Range	9	
Skewness	.254	.378
Kurtosis	.409	.741

#### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Keputusan Pembelian	.133	39	.080	.963	39	.226
Persepsi Risiko	.121	39	.158	.966	39	.286

a. Lilliefors Significance Correction

## b. Uji Linearitas

### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Keputusan Pembelian * Persepsi Risiko	39	100.0%	0	.0%	39	100.0%

### Report

Keputusan Pembelian

Persepsi Risiko	Mean	N	Std. Deviation
33	68.00	1	.
34	85.00	1	.
35	84.00	1	.
36	71.00	1	.
39	81.00	1	.
43	84.20	5	3.962
44	79.50	2	3.536
45	80.00	2	1.414
46	76.50	2	12.021
47	78.00	3	1.732
48	75.00	1	.
49	77.00	2	1.414
50	77.50	4	3.697
51	82.50	2	.707
52	81.00	2	5.657
53	75.33	3	6.110
57	78.67	3	1.528
63	66.00	1	.
65	70.00	1	.
66	70.00	1	.
Total	78.21	39	5.616

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Persepsi Risiko	Between Groups	(Combined)	815.726	19	42.933	2.132	.054
		Linearity	151.504	1	151.504	7.523	.013
		Deviation from Linearity	664.222	18	36.901	1.832	.100
	Within Groups		382.633	19	20.139		
	Total		1198.359	38			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Membeli * Persepsi Risiko	-.356	.126	.825	.681



## Lampiran 11

### Uji Hipotesis

#### Correlations

		Keputusan Pembelian	Persepsi Risiko
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	1	-.356 <sup>*</sup>
	Sig. (1-tailed)		.013
	N	39	39
Persepsi Risiko	Pearson Correlation	-.356 <sup>*</sup>	1
	Sig. (1-tailed)	.013	
	N	39	39

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).