

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ASURANSI ASTRA (GARDA OTO)

THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY, AND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ON PURCHASING DECISIONS OF ASURANSI ASTRA (GARDA OTO)

Dhita Adriani Rangkuti¹, Mey Monita Lestari Manalu², Sartika Nanda Lestari³, Brian Robuli⁴,
Irfan Boy Samosir⁵.

Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4,5}

meymonita11@gmail.com²

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, service quality, and customer relationship management on the purchase decision of Asuransi Astra Garda Oto Medan, Jl. Iman Bonjol. The data used are primary data obtained from the answer of 85 respondents by accidental sampling method. Data collection techniques used in this study used a questionnaire and interview technique. Data analysis techniques in the study used linear regression, classic assumption tests, hypothesis testing (t test and f test) and the coefficient of determination. Hypothesis testing results indicate that partially (t) obtained value for t count price of 2,833 > t table 1,658 and sig value obtained 0,005 < 0,05 which means that price has a positive and significant influence on purchasing decisions in using Astra Insurance services (Garda Oto). Partially obtained value for service quality t count 5.152 > t table 1.658 and sig value obtained 0.000 < 0.05 which means that service quality has a positive and significant influence on purchasing decisions in using Astra Insurance (Garda Oto) services, partially obtained value for customer relationship management t count 8.878 > 1.658 t table and the sig value obtained is 0.000 < 0.05 which means that customer relationship management has a positive and significant influence on purchasing decisions in using Astra Insurance (Garda Oto) services, for the F test results obtained calculated F value = 77.769 > f table (2.69), and a significance probability of 0.000 < 0.05, meaning that simultaneously prices, service quality and customer relationship management have a positive and significant effect on purchasing decisions in using Astra Insurance Services (Garda Oto).

ABSTAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan *customer relationship management* terhadap keputusan pembelian pada Asuransi Astra (Garda Oto). Teknik pengumpulann data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner atau angket dan wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan regresi linier, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji f) dan koefisien determinasi.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial (t) diperoleh nilai untuk harga t hitung $2,833 > t \text{ tabel } 1,658$ dan nilai sig yang diperoleh $0,005 < 0,05$ yang berarti harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa Asuransi Astra (Garda Oto). Secara parsial diperoleh nilai untuk kualitas pelayanan t hitung $5,152 > t \text{ tabel } 1,658$ dan nilai sig yang diperoleh $0,000 < 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa Asuransi Astra (Garda Oto), secara parsial diperoleh nilai untuk *customer relationship management* t hitung $8,878 > t \text{ tabel } 1,658$ dan nilai sig yang diperoleh $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa *customer relationship management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam meggunakan jasa Asuransi Astra (Garda Oto), Untuk hasil uji F diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} = 77,769 > \text{nilai } f_{\text{tabel}} (2,69)$, dan probailitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti secara simultan harga, kualitas pelayanan dan *customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan Jasa Asuransi Astra (Garda Oto).

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan *Customer Relationship Management*.