

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Kata asuransi sendiri berasal dari bahasa Belanda yaitu *Assurantir*, yang dalam hukum Belanda disebut *Verzekering* yang artinya pertanggungan. Secara baku, definisi asuransi di Indonesia telah ditetapkan dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian, “Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua belah pihak atau lebih, dimana 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 pihak tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti; atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seorang yang dipertanggungkan.”

Asuransi adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada tindakan, sistem, atau bisnis dimana perlindungan finansial (atau ganti rugi secara finansial) untuk jiwa, properti, kesehatan dan lain sebagainya mendapatkan penggantian dari kejadian-kejadian yang tidak dapat diduga yang dapat terjadi seperti kematian, kehilangan, kerusakan atau sakit, dimana melibatkan pembayaran premi secara teratur dalam jangka waktu tertentu sebagai ganti polis yang menjamin perlindungan tersebut.

Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD), Bab 9, Pasal 246 Asuransi atau Pertanggungan adalah suatu perjanjian dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu.

Perusahaan asuransi sering menawarkan produk asuransi dengan berbagai manfaat yang serupa tapi tak sama, dari premi yang murah sampai yang mahal, namun jika hanya pemahaman bahwa asuransi akan menanggung biaya yang dibutuhkan ketika terjadi resiko, tentunya hal ini tidak cukup menjadi dasar untuk seseorang melakukan keputusan pembelian.

Terdapat beberapa hal yang seharusnya dipertimbangkan sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian pada produk asuransi. Salah satu pertimbangan yang harus diperhatikan adalah citra dari perusahaan asuransi tersebut.

Di Indonesia terdapat banyak perusahaan asuransi jiwa dengan berbagai keunggulan produk yang coba ditawarkan dengan berbagai macam cara promosi serta berbagai jalur distribusi marketing yang dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan, seperti yang dilansir Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 31 Desember 2015, bahwa terdapat 50 perusahaan asuransi jiwa, 2 asuransi sosial yaitu BPJS Kesehatan dan BPJS ketenagakerjaan, 76 asuransi umum, 3 perusahaan asuransi wajib dan 6 perusahaan reasuransi. (www.ojk.go.id). Melihat banyaknya asuransi yang ada di Indonesia tentunya memberikan banyak pilihan pada konsumen, namun konsumen dapat meminimalisir pilihan-pilihan tersebut dengan melihat citra perusahaan dan melalui kualitas tenaga penjual.

Didirikan pada tahun 1995, PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Sebagai bagian dari Grup yang berpengalaman lebih dari 167 tahun di industri asuransi jiwa, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

PT Prudential Life Assurance memiliki izin usaha di bidang asuransi jiwa patungan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Indonesia Nomor: 241/KMK.017/1995 tanggal 1 Juni 1995 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor: S.191/MK.6/2001 tanggal 6 Maret 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S.614/MK.6/2001 tanggal 23 Oktober 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S-9077/BL/2008 tanggal 19 Desember 2008.

Sejak peluncuran produk asuransi terkait investasi (unit link) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk tersebut di Indonesia. Prudential Indonesia menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan keuangan para nasabahnya di Indonesia. Beberapa pencapaian bisnis kunci sampai 31 Desember 2015:

- Total pendapatan premi: Rp 26,9 triliun
- Total kontribusi dana tabarru: Rp 2,2 triliun

- Total aset: Rp 55,9 triliun
- Total dana kelolaan: Rp 45,2 triliun
- Total klaim dibayarkan: Rp 9,1 triliun
- Risk-Based Capital (RBC): 1.029%

Tabel 1.1 Daftar Produk Prudential di Indonesia

NO	JENIS PRODUK	NAMA PRODUK	MANFAAT
1	Investasi	PRUmy Child	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manfaat pertanggung jawaban jiwa atas janin/calon bayi dan ibu selama masa kehamilan 2. Manfaat komplikasi yang terjadi pada ibu dalam masa kehamilan atau sesudah melahirkan 3. Manfaat perawatan di inkubator/Intensive Care Unit (ICU) /High Dependency Unit (HDU) untuk bayi. 4. Manfaat kelainan bawaan pada anak. 5. Manfaat pertanggung jawaban jiwa atas anak jika meninggal dunia atau menderita cacat total dan tetap
2	Investasi	Prulink Edu protection	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembebasan premi bulanan untuk menjaga nilai investasi dana pendidikan anak Anda 2. Manfaat Bulanan yang meningkat 15% setiap 3 tahun sekali dari Manfaat Awal untuk mengimbangi inflasi 3. Manfaat Meninggal Dunia atas Orang Tua 4. Manfaat Meninggal Dunia/Cacat Total dan Tetap atas anak 5. Kemudahan dalam proses seleksi risiko untuk polis kedua
3	Investasi	PRUlink fixed pay	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan Manfaat Kematian (Guaranteed Death Benefit)* 2. Memberikan Loyalty Bonus berupa alokasi

			<p>premi bagi nasabah yang terus melunasi pembayaran preminya sampai periode 15 atau 20 tahun.</p> <p>3. Masa pembayaran premi yang dapat disesuaikan dengan keinginan : 7, 10, 15 atau 20 tahun.</p> <p>4. Dapat memilih masa pertanggungan jiwa sampai usia 65, 70, 75, 80, atau 85 tahun.</p> <p>5. Kesempatan melakukan investasi di salah satu, atau kombinasi 6 jenis dana investasi yang tersedia.</p> <p>6. Dapat melakukan pengalihan dana investasi (Fund Switching)</p>
4	Investasi	PRUlink investor account	<p>1. Memberikan santunan meninggal dunia atau cacat total dan tetap sebesar uang pertanggungan ditambah dengan nilai tunai.</p> <p>2. Dapat memilih jenis investasi sesuai dengan profil risiko yang Anda inginkan.</p> <p>3. Memiliki fasilitas withdrawal atau penarikan nilai tunai sebagian.</p>
5	Investasi	PRUlink syariah assurance account	<p>1. Memberikan santunan meninggal dunia atau cacat total dan tetap sebesar uang pertanggungan.</p> <p>2. Dapat memilih jenis investasi sesuai dengan profil risiko yang Anda inginkan.</p> <p>3. Anda diperbolehkan untuk menambah perlindungan asuransi dengan memiliki asuransi tambahan.</p> <p>4. Anda bisa menggunakan cuti kontribusi di mana Anda diperbolehkan untuk berhenti membayar kontribusi selama jangka waktu tertentu, karena alasan-alasan darurat.</p> <p>5. Memiliki fasilitas withdrawal atau penarikan</p>

			nilai tunai sebagian.
6	Investasi	PRUlink syariah edu protection	<p>1. Memberikan 2 manfaat perlindungan untuk orang tua dan anak sekaligus dalam satu polis yang komprehensif.</p> <p>2. Memberikan manfaat bulanan sampai anak Anda berusia 18 atau 25 tahun (sesuai dengan pilihan Pemegang Polis).</p> <p>3. Mengimbangi dampak inflasi karena setiap 3 tahun sekali manfaat bulanan akan naik sebesar 15% dari nilai manfaat bulanan awal.</p> <p>4. Dana investasi akan tetap berpotensi untuk berkembang sesuai dengan jenis investasi yang dipilih nasabah karena kami akan melanjutkan pembayaran kontribusi polis anak Anda sampai anak Anda berusia 18 atau 25 tahun.</p> <p>5. Memberikan kemudahan untuk aplikasi anak kedua</p>
7	Investasi	PRUlink syariah investor account	<p>1. Memberikan santunan meninggal dunia atau cacat total dan tetap sebesar uang pertanggungan ditambah dengan nilai tunai.</p> <p>2. Dapat memilih jenis investasi sesuai dengan profil risiko yang Anda inginkan.</p> <p>3. Memiliki fasilitas withdrawal atau penarikan nilai tunai sebagian.</p>
8	Investasi	PRUlink assurance account	<p>Memberikan santunan meninggal dunia atau cacat total dan tetap sebesar uang pertanggungan.</p> <p>1. Dapat memilih jenis investasi sesuai dengan profil risiko yang Anda inginkan.</p> <p>2. Anda diperbolehkan untuk menambah perlindungan asuransi dengan memiliki asuransi tambahan.</p> <p>3. Anda bisa menggunakan cuti premi di mana</p>

			<p>Anda diperbolehkan untuk berhenti membayar premi selama jangka waktu tertentu, karena alasan-alasan darurat.</p> <p>4. Memiliki fasilitas withdrawal atau penarikan nilai tunai sebagian.</p>
9	Investasi	PRUlink capital account	<p>1. Memberikan perlindungan jiwa meninggal dunia sebesar 100% Uang Pertanggungan* ditambah Nilai Tunai (apabila ada) hingga usia 99 tahun**</p> <p>2. Memberikan perlindungan jiwa meninggal dunia karena kecelakaan sebesar 100% Uang Pertanggungan ditambah Nilai Tunai (apabila ada) hingga usia 70 tahun**</p> <p>3. Memberikan Manfaat Asuransi apabila Tertanggung terdiagnosis salah satu dari 34 kondisi kritis***sebelum usia 85 tahun. Pembayaran Manfaat Asuransi terkait Kondisi Kritis akan mengurangi Manfaat Asuransi Meninggal Dunia.</p> <p>4. Memberikan Manfaat Asuransi sebesar Nilai Tunai apabila Tertanggung hidup sampai dengan akhir masa asuransi. Besaran Nilai Tunai pada saat jatuh tempo sesuai dengan syarat dan ketentuan dalam Polis.</p>
10	Perlindungan	Prulife cover	<p>1. Santunan meninggal dunia atau mengalami cacat total dan tetap.</p> <p>2. Masa pertanggungan sampai dengan usia 99 tahun.</p>
11	Perlindungan	Prulife safeguard	<p>1. Manfaat Perlindungan Jiwa(1) 100% Uang Pertanggungan akan dibayarkan apabila terjadi risiko meninggal dunia pada diri Tertanggung sesuai dengan yang tercantum di dalam Polis.</p> <p>2. Manfaat Pengembalian Premi Tersedia manfaat pengembalian premi apabila polis tetap aktif sampai akhir masa perlindungan sesuai</p>

			<p>Tabel Manfaat Pengembalian Premi.</p> <p>3. Manfaat Kecelakaan(2) 100% Uang Pertanggungan akan dibayarkan apabila terjadi risiko meninggal dunia pada diri Tertanggung karena kecelakaan. Jika terjadi risiko cacat tetap, luka bakar, patah tulang komplrit, atau trauma kepala berat karena kecelakaan, dibayarkan Uang Pertanggungan hingga 100% sesuai tabel manfaat pada Polis.</p> <p>4. Manfaat Kecelakaan di Tempat Kerja(3) Apabila risiko cacat tetap, luka bakar, patah tulang komplrit, trauma kepala berat atau meninggal dunia terjadi pada diri Tertanggung di tempat kerja maka besaran Uang Pertanggungan untuk Manfaat Kecelakaan akan digandakan.</p> <p>5. Manfaat Kecelakaan Tertentu(3) 100% Uang Pertanggungan akan dibayarkan apabila terjadi risiko meninggal dunia di transportasi publik (darat dan udara), elevator/lift (kecuali elevator/lift yang berada di pertambangan atau konstruksi), atau di gedung publik yang terbakar.</p> <p>6. Manfaat Penyakit Khusus(3) 25% dari Uang Pertanggungan akan dibayarkan apabila terjadi salah satu dari 6 Penyakit Khusus pada diri Tertanggung(4).</p>
12	Perlindungan	Pruuniversal life	<p>1. Memberikan santunan apabila meninggal dunia atau cacat total dan tetap sebesar uang pertanggungan ditambah dengan nilai tunai.</p> <p>2. Uang pertanggungan dijamim sampai dengan usia 65 tahun, apabila premi dibayar tepat waktu dan tidak ada penarikan.</p> <p>3. Mempunyai fasilitas Premium Holiday yaitu Anda diperbolehkan berhenti membayar premi selama jangka waktu tertentu mulai ulang tahun</p>

			polis ke-6.
13	Perlindungan	Pruaccident cover	1. Memberikan santunan meninggal dunia karena kecelakaan.
14	Perlindungan	Pruprotector plan	<p>1. Santunan meninggal dunia, akan diberikan uang pertanggungan dan Akumulasi Dana Simpanan Lanjutan (apabila ada) secara sekaligus.</p> <p>2. Santunan meninggal karena kecelakaan, akan diberikan dua kali uang pertanggungan. Sehingga total manfaat asuransi menjadi tiga kali uang pertanggungan.</p> <p>3. Selain itu terdapat tambahan manfaat asuransi sebesar satu kali uang pertanggungan sehingga menjadi empat kali uang pertanggungan, jika kecelakaan terjadi karena bepergian dengan kendaraan umum sepanjang rute yang umum dilalui, ketika berada di dalam elevator, sebagai akibat dari kebakaran gedung teater, hotel atau bangunan umum lainnya.</p> <p>4. Santunan apabila mengalami cacat total dan tetap.</p> <p>5. Jika Anda tidak ada klaim selama 10 tahun pertama, maka Anda berhak atas bonus sebesar dua kali Premi Dana Simpanan tahun pertama dan perlindungan atas kematian tetap diberikan sampai akhir tahun ke-20. Jika Anda mencapai tahun ke-20, akan dibayarkan akumulasi Premi dana Simpanan (apabila ada).</p>

Sumber : http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/solutions/viewall/

Menurut penuturan *Chief Executive* Prudential Corporation Asia, Barry, strategi pertumbuhan di Asia akan tetap berlandaskan pada kinerja saluran distribusi keagenan dan akan terus mengembangkan kekuatan dan pertumbuhan tenaga pemasaran secara agresif, dengan cara terus memberikan pelatihan dan membekali

agen pemasaran dengan sebaik mungkin agar dapat memberikan pelayanan perlindungan, investasi dan tabungan kepada nasabah.

Dalam mendistribusikan produknya kepada masyarakat, Prudential menggunakan tenaga agen pemasaran sebagai saluran distribusi. Sampai 31 Desember 2015, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dan kantor pemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang. Prudential Indonesia melayani lebih dari 2,5 juta nasabah melalui lebih dari 251.000 tenaga pemasar di 394 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Nusantara termasuk Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali.

PT Jocelyn Anugrah Jaya merupakan salah satu kantor manager mandiri (*Agency*) dari PT Prudential Life Assurance yang didirikan pada tanggal 15 April 2010 oleh Bapak Johan Wang sebagai pemilik sekaligus pemimpin perusahaan dan disahkan dengan akte notaris Hannywati Gunawan, SH, No 34. Perusahaan bergerak di bidang jasa khususnya asuransi jiwa dan mulai beroperasi pada tanggal 3 Januari 2011, beralamat di gedung Permata Kuningan, Jakarta Selatan. Perusahaan lebih di kenal dengan brand Miracle Agency untuk mempermudah komunikasi antara pihak Prudential (kantor pusat) dengan *agency*, karena setiap *agency* memiliki kode kantor yang berbeda satu dengan lainnya dan bernaung dalam satuan region.

Brand Miracle Agency berkembang dengan cepat. Miracle Agency di bawah pimpinan Johan Wang telah banyak melahirkan *leader – leader* yang solid dan berkomitmen dari semua tingkatan jenjang karir. Antara lain *Unit Manager* (UM), *Senior Unit Manager* (SUM) dan tingkatan yang paling tinggi yaitu *Agency Manager* (AM). Untuk sebuah *agency* baru dengan begitu banyaknya *leader* merupakan suatu kekuatan grup yang besar. Selain di Jakarta, Miracle Agency juga memiliki kantor cabang di Bandung, Jambi, Bangka, Pangkalpinang dan Sungai Liat.

Tidak hanya itu, dari 394 agen tenaga pemasaran di seluruh Indonesia Miracle Agency menduduki peringkat 10 nasional. PT Jocelyn Anugrah Jaya dibawah Johan Wang sebagai Direktur Utama setelah mencapai ranking 10 besar agen asuransi menetapkan untuk masuk 5 besar dalam beberapa tahun ke depan. Tetap bervisi untuk membantu orang mencapai kehidupan lebih baik, perusahaan mengalami akselerasi kemajuan yang sangat pesat. Beberapa bulan berjalan, perusahaan telah mencatatkan omset rata-rata Rp1,5 miliar per minggu.

Menurut wawancara dengan salah satu Agency Manager pada Miracle Agency, Bapak Yohanes, Prudential adalah perusahaan asuransi pertama yang memiliki produk asuransi investasi. Asuransi tradisional yang saat ini juga masih ada sebagai salah satu produk pada Prudential memiliki beberapa kekurangan yang merugikan nasabah, misalnya :

- *Actual Cost* : Jika nasabah melakukan klaim maka perusahaan asuransi berhak untuk menaikkan premi pada tahun berikutnya.
- Jika nasabah dianggap merugikan perusahaan, maka perusahaan asuransi berhak untuk memutuskan kontrak pada tahun mendatang.
- Jika nasabah tidak melakukan klaim, maka dana yang sudah dibayarkan akan hangus.

Berbeda dengan asuransi investasi yang memiliki banyak keuntungan dibandingkan dengan asuransi biasa, berikut beberapa keuntungannya :

- *Flat Cost* : premi tidak akan diubah, walaupun terjadi sesuatu kepada nasabah.
- Perusahaan tidak akan melakukan pemutusan kontrak.
- Dana yang dibayarkan pada perusahaan asuransi akan dikembalikan setelah waktu yang ditentukan, walaupun nasabah melakukan klaim.

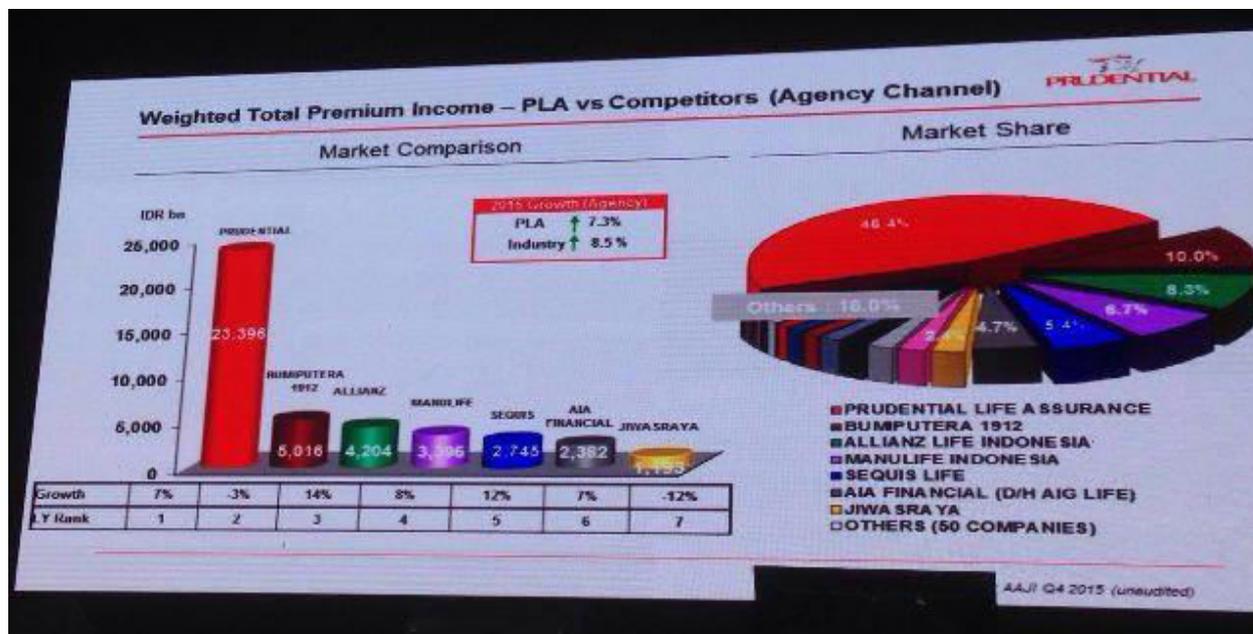
Hal ini yang menjadi pertimbangan Miracle Agency untuk fokus menjual produk asuransi investasi, yaitu Prulink.

1.2. Identifikasi Masalah

Saat ini bisnis asuransi merupakan sebuah bisnis global raksasa, sebuah bisnis berskala multi-triliun dolar yang berperan penting di setiap negara. Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Firdaus Djaelani pada Agustus 2013 mengungkapkan, dari 240 juta penduduk seluruh Indonesia baru 4% atau sekitar 62 juta jiwa saja yang telah menggunakan produk jasa asuransi. Dari seluruh pengguna jasa asuransi itu pun hanya sekitar 10 juta orang saja yang merupakan pengguna individu dan lebih dari separuhnya merupakan asuransi kelompok. Kondisi Indonesia sangat tertinggal dari negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura. Negara-negara itu

sudah mencapai sekitar 10% dari total penduduknya yang telah mendaftarkan diri di jasa asuransi.

Menurut data AAJI, Prudential adalah salah satu perusahaan asuransi yang memiliki *market share* paling besar di Indonesia, yaitu 46,4 persen.

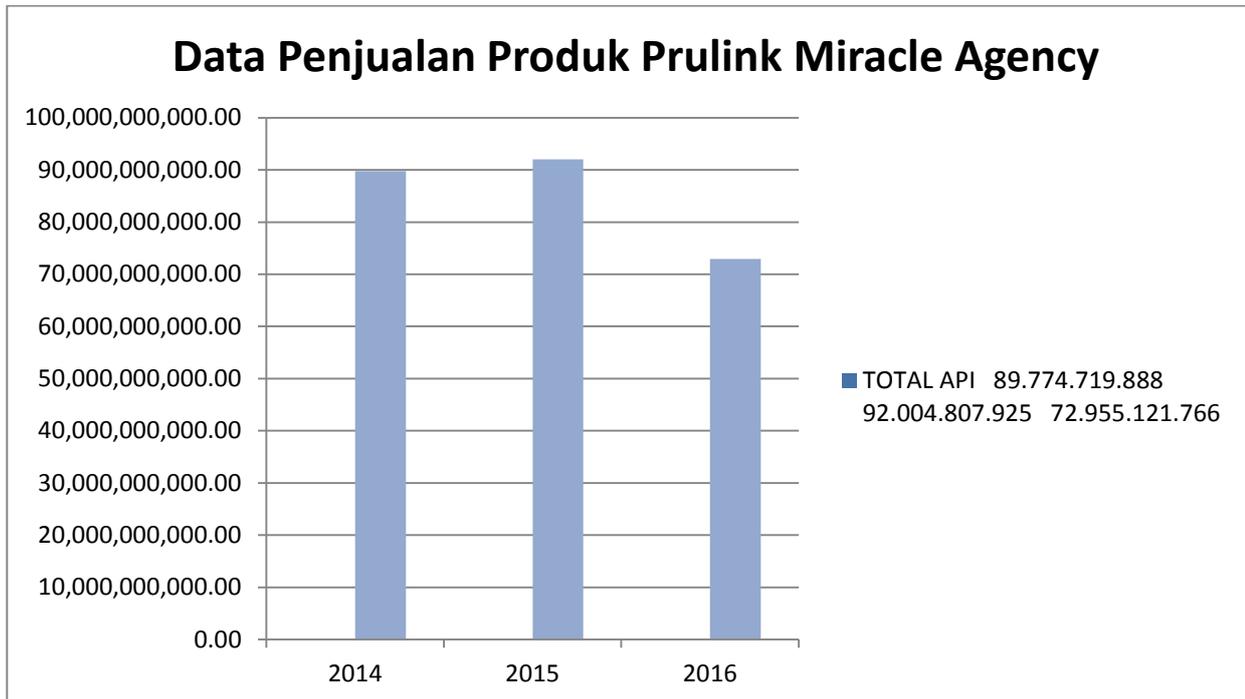


Sumber : AAJI Q4 2015 (unaudited)

Gambar 1.1 Market Comparison

Berdasarkan wawancara dengan bapak Yohanes, kesulitan dalam menawarkan produk asuransi adalah adanya berbagai persepsi yang berbeda tentang asuransi. Ada nasabah yang menganggap bahwa mengeluarkan uang untuk membayar asuransi adalah sesuatu yang sia-sia. Ada pula nasabah yang menganggap bahwa asuransi adalah penipuan karena para tenaga penjual asuransi tidak menjelaskan dengan detil produk mereka dan hanya berfokus kepada omset penjualan. Hal ini menyebabkan adanya perbedaan antara persepsi nasabah terhadap produk asuransi.

Berikut data penjualan produk Prulink yang didapatkan dari Miracle Agency tahun 2014, 2015 dan 2016.



Sumber : Miracle Agency

Gambar 1.2 Data Penjualan produk Prulink Miracle Agency

Berdasarkan data penjualan produk Prulink diatas, dapat dilihat terjadi penurunan penjualan yang cukup signifikan dari tahun 2015 ke tahun 2016. Hal ini mungkin dapat disebabkan oleh beberapa faktor, contohnya adalah faktor tenaga penjual dan kompetitor. Dewasa ini setiap perusahaan asuransi memiliki produk yang sejenis, sehingga faktor kompetitor bukanlah suatu hal yang utama. Hal yang utama adalah faktor tenaga penjual, dimana tenaga penjual yang merepresentasikan citra merek pada perusahaan.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Marissa selaku agen pemasar Prudential, pembelian ulang adalah mungkin, Dari hasil omset keseluruhan, 20% didapatkan dari nasabah aktif. Kesempatan penjualan akan lebih besar pada nasabah aktif karena mereka sudah mengerti akan pentingnya asuransi. Jika agen pemasar dapat menjaga hubungan baik dengan nasabah, mereka dapat menawarkan kembali produk baru ataupun produk tambahan untuk melengkapi kebutuhan pelanggan atau keluarganya. Dengan kondisi diatas, penelitian ini akan menjelaskan pengaruh antara citra merek dan penjualan personal terhadap keputusan pembelian dan akan diberi judul:

“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN PENJUALAN PERSONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PRULINK (STUDI KASUS: MIRACLE AGENCY)”

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Prulink?
2. Apakah penjualan personal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Prulink?
3. Apakah citra merek dan penjualan personal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Prulink?

1.3. Ruang lingkup

1. Penjualan personal yang diteliti dalam penelitian ini adalah proses penjualan personal yang meliputi tahap mencari calon pelanggan, pendekatan, persentasi dan demonstrasi, mengatasi keberatan, penutupan, tidak lanjut dan pemeliharaan.
2. Penjualan personal dibatasi dengan agen pemasar atau *sales* dari Miracle Agency. Citra Merek dibatasi dengan *brand* PT Prudential Life Assurance.
3. Keputusan pembelian yang diteliti dalam penelitian ini adalah proses keputusan pembelian yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.
4. Produk yang diteliti adalah Prulink, karena Prulink adalah produk yang dijual oleh Miracle Agency

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Prulink.
2. Untuk mengetahui pengaruh penjualan personal terhadap keputusan pembelian pada produk Prulink.

- Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan penjualan personal terhadap keputusan pembelian pada produk Prulink.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

- Peneliti, menambah pengetahuan mengenai citra perusahaan, penjualan personal, dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
- Pihak perusahaan, untuk memberikan masukan pada Miracle Agency, seberapa besar pengaruh citra perusahaan, penjualan personal, dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
- Kalangan akademik, untuk menambah perbendaharaan kepustakaan yang mana akan menjadi masukan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian masalah yang sama di masa yang akan datang.

1.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Tahun	Judul	Keterangan
1	Oladepo, Isaac; Abimbola, Samuel	2015	<i>The Influence Of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision 3(4), 97-109</i>	Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa citra merek, periklanan, promosi penjualan, dan penjualan langsung tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2	Ambolau, Muhammad Arie Permana; Kusumawati, Andriani; Mawardi, Mukhamad Kholid	2015	<i>The Influence Of Brand Awareness And Brand Image On Purchase Decision 2(2).</i>	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa brand awareness dan brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3	Gupta, Sonal; Jain, Rajendra; Parmal, Varun	2014	<i>Study of Impact Of Brand Image Of Retailers On Customers' Buying Decision Of Store Brands 3(1).</i>	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4	Esau, Yiswa Rasti Eko	2015	<i>Factors Affecting Consumer Purchase Decision On Insurance Product In PT. Prudential Life Insurance Manado 3(3), 491-501.</i>	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, promosi, tenaga penjual, dan pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian.
5	Chen, H. S. dan Hsieh, T	2011	<i>Study of Antecedents of Customer Repurchase Behaviors in Chain Store Supermarkets. 6 (3): 1-11</i>	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Brand Awareness, brand reputation, produk & service image, user image, corporate image berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang pada customer.

Sumber : Penulis (2016)

