

Citra Yuda Pratama, 12. 312. 047. **Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Sikap Dan Iklan Terhadap Minat Beli Nasabah Asuransi Pendidikan Axa Mandiri Di Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik, Oktober 2016

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara Motivasi, Pengetahuan, Sikap dan Iklan Terhadap Minat Beli Nasabah Asuransi Pendidikan AXA Mandiri Di Gresik. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan penyebaran kuisioner. Menggunakan teknik *sampling accidental* dan jumlah sampel 50 responden. Pada tahap analisis dilakukan uji realibilitas dan validitas untuk kuisioner yang disebar kepada responden, uji normalitas, uji heterokedastisitas, serta uji autokorelasi analisis regresi berganda, uji t, uji F. Aplikasi SPSS versi 15 digunakan untuk membantu pengujian model ini. Hasil penelitian uji t menunjukkan variable Motivasi Tidak berpengaruh terhadap minat beli karena $t_{hitung} 0,321 < t_{table} 2,012$, Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat beli dengan $t_{hitung} 0,3221 < t_{table} 2,012$. Sedangkan Sikap berpengaruh terhadap minat beli karena $t_{hitung} 2,801 > t_{table} 2,012$. Iklan berpengaruh terhadap minat beli dengan $t_{hitung} 4,150 > t_{table} 2,012$. Untuk uji F secara simultan, motivasi, pengetahuan, sikap dan iklan berpengaruh terhadap minat beli secara bersama-sama dengan ditunjukkan bahwa $f_{hitung} 11,290 > f_{table} 2,557$.

Kata kunci: motivasi, pengetahuan, sikap, iklan dan minat beli.

Citra Pratama Yuda, 12. 312. 047. Effect of Motivation, Knowledge, Attitude And Advertising Of Interest Buy Customer Education Insurance Axa Mandiri In Gresik, Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, October 2016

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the relationship between Motivasi, Knowledge, Attitudes and Interests Against Ad Buy Customer Education Insurance AXA Mandiri In Gresik. Data collection techniques in this research is by distributing questionnaires. Using accidental sampling technique and the sample size of 50 respondents. In the analysis phase to test the reliability and validity of the questionnaire distributed to respondents, normality test, heteroscedasticity, and autocorrelation test multiple regression analysis, t-test, Applications F. SPSS version 15 is used to assist in testing these models. Results of the study show variable t test motivation not affect the buying interest because $t = 0.321 < t_{table} 2,012$, Knowledge does not affect the buying interest at $t = 0.3221 < t_{table} 2,012$. While attitudes affect the buying interest because $t_{count} 2,801 > t_{table} 2,012$. Ad affect the buying interest with $t = 4,150 > t_{table} 2,012$. To test F simultaneously, motivation, knowledge, attitudes and influential advertising terhadap buying interest together with $F_{count} 11.290$ indicated that $f > f_{table} 2.557$.

Keywords: motivation, knowledge, attitudes, advertising and buying interest.