

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Singkat Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia	1
1.1.2. Visi Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI)	2
1.1.3. Misi Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI)	3
1.2. Latar Belakang	4
1.3. Perumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Kegunaan Penelitian.....	12
1.5.1. Aspek Teoritis	12
1.5.2. Aspek Praktis.....	13
1.6. Sistem Penelitian.....	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	15
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian.....	15
2.2.1 <i>Marketing</i>	15
2.2.2 Literasi Keuangan	16
2.2.3 Kualitas Produk.....	19
2.2.4 <i>Gender</i>	20
2.2.5 Minat Beli.....	21
2.2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.2. Kerangka Pemikiran	36
2.3. Hipotesa Penelitian	36
2.4. Ruang Lingkup Penelitian	37
BAB III.....	38

METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Operasional Variabel.....	39
3.2.1. Variabel <i>Independent</i>	39
3.2.2. Variabel <i>Dependent</i>	40
3.2.3. Variabel <i>Intervening</i>	40
3.2.4. Skala Pengukuran	43
3.3 Tahapan Penelitian	44
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.4.1 Populasi	45
3.4.2 Sampel	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.1 Data Primer	47
3.5.2 Data Sekunder	48
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.6.1 Uji Validitas.....	48
3.6.2 Uji Reliabilitas	50
3.7 Teknik Analisa Data dan Pengujian Hipotesa.....	51
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI).....	53
3.7.3 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	54
3.8 Analisis Efek Moderasi	57
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Pengumpulan Data	58
4.2. Karakteristik Responden	59
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	59
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	60
4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.3. Analisis Deskriptif	61
4.4. Hasil Pengukuran Model (Outer)	73
4.5. Hasil Struktural Model (<i>Inner</i>)	77
4.5.1. <i>Coefficient of Determination</i> (R^2).....	78

4.5.2.	<i>Predictive Relevance (Q^2)</i>	79
4.5.3.	<i>Goodness of Fit Index (GoF)</i>	79
4.6.	Uji Hipotesis	80
4.7.	Hasil Penelitian dan Pembahasan	83
4.7.1	Literasi keuangan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli	83
4.7.2	Kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli	83
4.7.3	Kualitas produk dan Literasi Keuangan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.....	84
4.7.4	Gender tidak memoderasi secara signifikan antara Kualitas produk dan Literasi keuangan terhadap minat beli.....	84
4.8.	Analisis Efek Moderasi	85
BAB V		88
KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran.....	89
5.2.1	Saran bagi perusahaan	89
5.2.2	Saran bagi peneliti berikutnya.....	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		95