

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ASURANSI *MANULIFE* DI
KABUPATEN PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Soni Rahmadi
NIM : 10412561
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : *Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Manulife di Kabupaten Ponorogo*

Nama : Soni Rahmadi

NIM : 10412561

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I

(Sukmono Hadi H., SE,MM.)
NIK. 19510830 199903 14

Ponorogo, Februari 2016
Pembimbing II

(Hadi Sumarsono, SE, M.Si.)
NIK. 19760508 200501 11

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

(Titi Rapiqi, SE,MM)
NIP. 19630505 1990032003

Dosen Penguji :

Dosen Penguji I,

(Sukmono Hadi H., SE,MM.)
NIK. 19510830 199903 14

Dosen Penguji II,

(Edi Santoso, SE,MM)
NIK. 19740311 200103 12

Dosen Penguji III,

(Drs. Sujiono, MM)
NIK. 19560616 198909 12

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurillah 'ala nikmatillah.....

Ku persembahkan karya kecilku ini teruntuk:

- 1. Ayah dan Ibu, untuk semua doa, cinta kasih serta dukungan yang tiada putus sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.*
- 2. Adekku tersayang, Erdila Prasetyaningtyas untuk kasih sayang dan dukungannya.*
- 3. Nuring Dyah Rahmadani, untuk kasih sayang, semangat, doa, bantuan dan dukungannya.*

MOTTO

﴿ شَمْرٌ وَجَدَّ لِأَمْرِ أَنْتَ طَالِبُهُ إِذْ لَا تُنَالُ الْمَعَالِي قَطَّ بِالْكَسَلِ ﴾

Kemuliaan itu hanya akan diperoleh bagi orang yang berjuang keras dalam usahanya (Al-Mahfudlot)

Sabar dalam menghadapi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama.

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua (Aristoteles)

RINGKASAN

PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI MANULIFE DI KABUPATEN PONOROGO

Soni Rahmadi

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Dewasa ini masyarakat Ponorogo semakin sadar akan pentingnya memiliki proteksi diri berupa asuransi. Keadaan demikian menjadikan Ponorogo sebagai potensi pasar yang baik dalam memasarkan premi Manulife. Terlebih Manulife mengeluarkan asuransi dengan premi sesuai dengan rata-rata pendapatan masyarakat Ponorogo. Guna memengaruhi keputusan pembelian dari calon nasabah, maka diperlukan bauran promosi berupa periklanan, promosi penjualan, *personal selling* dan *direct selling*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia di kabupaten Ponorogo. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan pada variabel *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada Asuransi Manulife wilayah pemasaran Kabupaten Ponorogo; dan apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada Asuransi Manulife wilayah pemasaran Kabupaten Ponorogo.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna asuransi Manulife di Kabupaten Ponorogo. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih kelompok yang akan dituju berdasarkan ketentuan-ketentuan. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif prosentase, uji regresi linier berganda, uji F dan uji T.

Berdasarkan perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS 16.0 for windows, bahwa 49,4 % variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh *personal selling* dan masuk dalam kategori sedang. Sedangkan sisanya 50,6% variabel keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia wilayah kabupaten ponorogo mempunyai hubungan yang positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci : *Personal Selling*, keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat serta karunia yang telah diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi *Manulife* Di Kabupaten Ponorogo,**” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) program studi Manajemen Pemasaran, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari tanpa adanya dukungan, petunjuk, dan bimbingan serta bantuan berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan sebagaimana yang diharapkan, maka tidaklah berlebihan dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Sukmono, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing satu yang bersedia memberikan ilmunya untuk menyusun proposal ini.
2. Bapak Hadi Sumarsono, S.E.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, sekaligus dosen pembimbing dua yang berkenan membimbing dan memberikan petunjuk penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
3. Ibu dan bapak yang selalu memberikan dukungan materi dan moril, kasih sayang yang melimpah, doa serta nasihatnya untuk terselesaikannya skripsi ini.
4. Erdilla Prasetyaningrum, adikku tersayang yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.

5. Sahabat-sahabat kelas B Manajemen Pemasaran, Univeritas Muhammadiyah Ponorogo yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu, terima kasih untuk kebersamaan yang kita jalani.
6. Astriadi Budi Utomo selaku Unit Manajer Manulife Ponorogo yang bersedia memberikan informasi dan dukungan terhadap penelitian ini.
7. Pihak Asuransi Manulife cabang Surabaya yang berkenan memberikan informasi dan datanya sehingga skripsi ini bisa lengkap dan bisa dipertanggung jawabkan
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan semoga Allah berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekalian. Tiada gading yang tak retak, kritik yang membangun begitu diharapkan untuk kebaikan penyusunan skripsi ini.

Ponorogo, Agustus 2015

Penulis

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE PETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo,

SONI RAHMADI
NIM. 10412561

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
RINGKASAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE PETIK PENELITIAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37

	2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
	2.4 Hipotesis.....	42
BAB III	METODE PENELITIAN.....	44
	3.1 Ruang	
	Lingkup Penelitian	44
	3.2 Popula	
	si dan Sampel Penelitian	44
	3.3 Metod	
	e Pengambilan Data.....	46
	3.4 Variab	
	el Penelitian dan Definisi Operasional.....	48
	3.5 Metod	
	e Analisis Data	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
	4.1 Hasil Penelitian	64
	4.2 Karakteristik Nasabah	91
	4.3 Analisis Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan	
	Pembelian Polis Asuransi Produk Asuransi Jiwa Manulife	
	PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia	96
	4.4 Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh <i>Personal Selling</i>	
	Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Produk	
	Asuransi Jiwa Manulife PT. Asuransi Jiwa Manulife	
	Indonesia	143

BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan.....	150
	5.2 Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA	154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahapan <i>Personal Selling</i>	30
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.1	Uji Hipotesis Simultan	61
Gambar 3.2	Uji Hipotesis Parsial	63
Gambar 4.1	Uji Simultan.....	134
Gambar 4.2	Uji Parsial Variabel Mencari Calon Pelanggan.....	136
Gambar 4.3	Uji Parsial Variabel Pendekatan	137
Gambar 4.4	Uji Parsial Variabel Presentasi	138
Gambar 4.5	Uji Parsial Variabel Mengatasi Keberatan	139
Gambar 4.6	Uji Parsial Variabel Menutup Penjualan	140
Gambar 4.7	Gambar 4.7 Uji Parsial Variabel Tindak Lanjut.....	140

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional <i>Personal Selling</i>	49
Tabel 3.2	Definisi Operasional Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	59
Tabel 4.1	Komposisi Anggota Dewan Komisaris Perusahaan pada PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia	66
Tabel 4.2	Komposisi Direksi pada PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia	68
Tabel 4.3	Komposisi Anggota Dewan Pengawas Syariah pada PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia	71
Tabel 4.4	Identitas Nasabah Asuransi Jiwa Manulife Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 4.5	Identitas Nasabah Asuransi Jiwa Manulife Berdasarkan Usia....	92
Tabel 4.6	Identitas Nasabah Asuransi Jiwa Manulife Berdasarkan Pendidikan	93
Tabel 4.7	Identitas Nasabah Asuransi Jiwa Manulife Berdasarkan Pendapatan.....	94
Tabel 4.8	Identitas Nasabah Asuransi Jiwa Manulife Berdasarkan Pekerjaan	94
Tabel 4.9	Identitas Nasabah Asuransi Jiwa Manulife Berdasarkan Jenis Asuransi.....	95

Tabel 4.10	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Asuransi <i>Manulife</i> Mampu dalam Menganalisis Pasar (X1.1).....	96
Tabel 4.11	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Asuransi <i>Manulife</i> Mampu Mengenal (Mengkualifikasi) Calon Pelanggan (X1.2)	96
Tabel 4.12	Tabulasi Data Hasil Perhitungan Jawaban Kuesioner Variabel Mencari Calon Pelanggan (X1)	97
Tabel 4.13	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Asuransi <i>Manulife</i> Berpenampilan Rapi (X2.1)	98
Tabel 4.14	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Berkunjung Pada Waktu Yang Tepat Untuk Menawarkan Produk (X2.2)	99
Tabel 4.15	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Telah Mengenalkan Identitas Diri Sebelum Menawarkan Produk (X2.3)	100
Tabel 4.16	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Bersikap Ramah Ketika Menyapa Calon Konsumen (X2.4).....	100
Tabel 4.17	Tabulasi Data Hasil Perhitungan Jawaban Kuesioner Variabel Pendekatan (X2)	101
Tabel 4.18	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tutur Bahasa Yang Disampaikan Tenaga Pemasar Mudah Dimengerti (X3.1)	102

Tabel 4.19	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Menguasai Pengetahuan Tentang Produknya (X3.2)....	103
Tabel 4.20	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Menjelaskan Secara Rinci Mengenai Kualitas Produknya (X3.3).....	103
Tabel 4.21	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Menjelaskan Secara Rinci Mengenai Keunggulan Produk (X3.4).....	104
Tabel 4.22	Tabulasi Data Hasil Perhitungan Jawaban Kuesioner Variabel Pendekatan (X2)	105
Tabel 4.23	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Mau Menanyakan Keberatan Yang Dirasakan Calon Pembeli (X4.1)	106
Tabel 4.24	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Bersikap Ramah Ketika Menanggapi Keberatan Calon Pembeli (X4.2).....	106
Tabel 4.25	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Bisa Menjawab Keberatan Calon Pembeli Secara Jelas (X4.3).....	107
Tabel 4.26	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Mampu Menangani Keberatan Pembeli (X4.4).....	108
Tabel 4.27	Tabulasi Data Hasil Perhitungan Jawaban Kuesioner Variabel Menangani Keberatan (X4)	109

Tabel 4.28	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Tidak Bersikap Memaksa Ketika Menanyakan Keputusan Pembelian (X5.1).....	110
Tabel 4.29	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Menanyakan Keputusan Pembelian Setelah Benar-Benar Memahami Apa Yang Ditawarkannya (X5.2).....	110
Tabel 4.30	Tabulasi Data Hasil Perhitungan Jawaban Kuesioner Variabel Menutup Penjualan (X5).....	111
Tabel 4.31	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar Memiliki Kecepatan Daya Tanggap dalam Penggantian Klaim (X6.1).....	112
Tabel 4.32	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Tenaga Pemasar dapat Memelihara Hubungan Baik dengan Calon Nasabah (X6.2).....	113
Tabel 4.33	Tabulasi Data Hasil Perhitungan Jawaban Kuesioner Variabel Tindak Lanjut (X6).....	114
Tabel 4.34	Tabulasi Data Hasil Perhitungan Jawaban Kuesioner <i>Personal Selling</i> Pada Nasabah Asuransi Jiwa PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia di Ponorogo	115
Tabel 4.35	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan <i>Manulife</i> Memberikan Solusi Atas Masalah Yang Dihadapi (Y1).....	117

Tabel 4.36	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Sering Mendapatkan Informasi Tentang Keunggulan <i>Manulife</i> Di Berbagai Macam Media (Y2).....	118
Tabel 4.37	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Merasa Tidak Memerlukan Alternatif-Alternatif Lain (Y3).....	119
Tabel 4.38	Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Mantap Bergabung Dengan Asuransi <i>Manulife</i> (Y4).....	119
Tabel 4.39	Tabulasi Data Hasil Perhitungan Jawaban Kuesioner Keputusan Pembelian Pada Nasabah Asuransi Jiwa PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia di Ponorogo.....	120
Tabel 4.40	Validitas Data Angket	122
Tabel 4.41	Uji Reliabilitas Data Angket	123
Tabel 4.42	Analisis Regresi Linier Berganda.....	129
Tabel 4.43	Hasil Uji Hipotesis	132
Tabel 4.44	Hasil Uji t	134
Tabel 4.45	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	140
Tabel 4.46	Uji Koefisien Korelasi.....	140
Tabel 4.47	Koefisien Determinasi	141

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Angket (Kuesioner)
- Lampiran 2 Data Tabulasi Nilai Skor Angket Per Item
- Lampiran 3 Output Uji Validitas
- Lampiran 4 Output Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Output Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 Output Uji Korelasi
- Lampiran 7 Tabel Nilai-Nilai R *Product Moment*
- Lampiran 8 Distribusi Nilai t Tabel
- Lampiran 9 Distribusi Tabel Nilai F 0,05