

**SKRIPSI**

**DINA DIAH PERMANA**

**ANALISIS FAKTOR PERSEPSI KONSUMEN JASA ASURANSI  
DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DI PT. AXA LIFE SURABAYA**

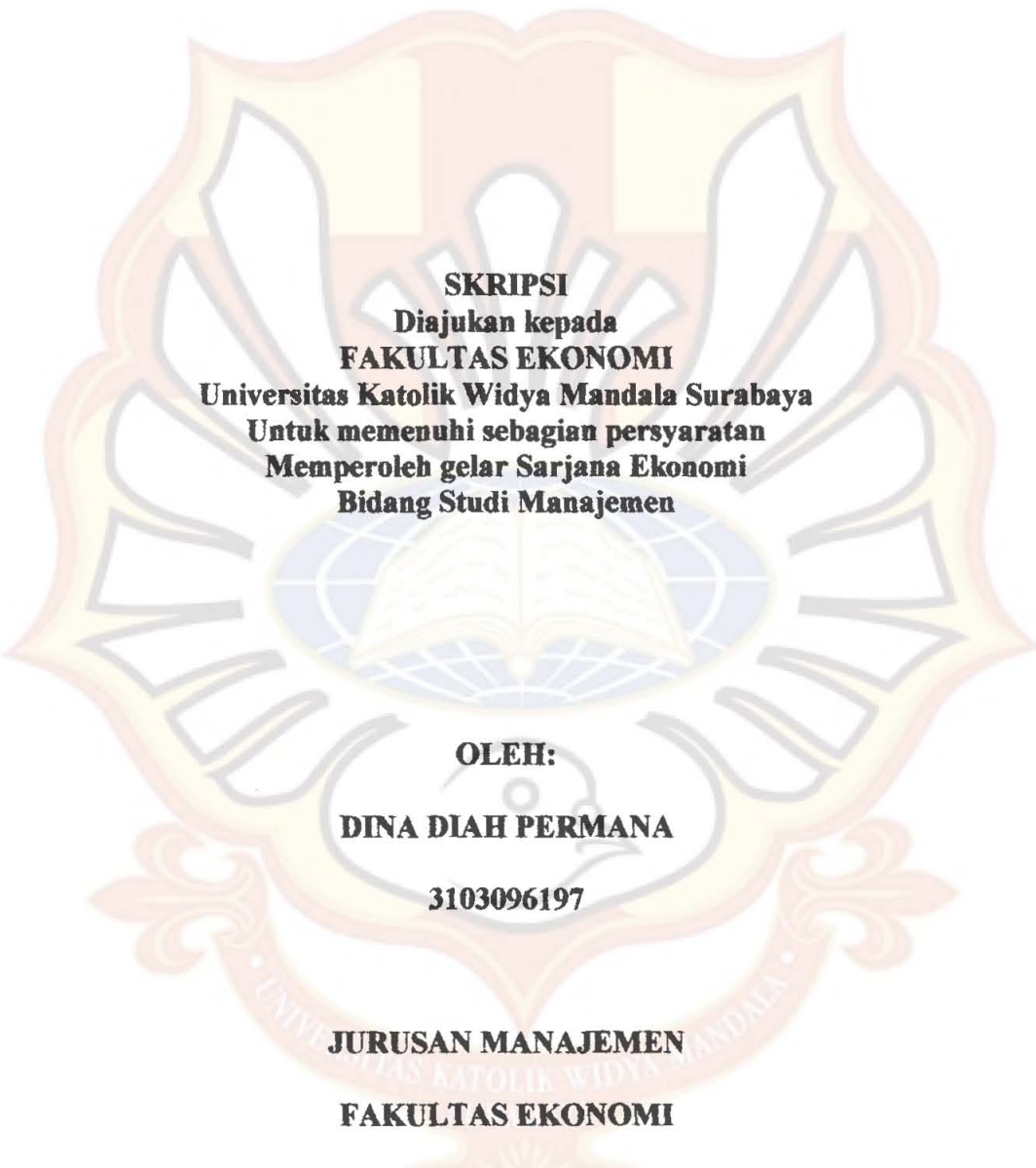


No. INDUK	1757/2001
TGL TERIMA	12 Maret 2001
<del>B.F.T</del> HADI H	
No. BUKU	FE-m per a-1
KCP. KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**2000**

**ANALISIS FAKTOR PERSEPSI KONSUMEN JASA ASURANSI  
DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DI PT. AXA LIFE SURABAYA**




**SKRIPSI**  
**Diajukan kepada**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**  
**Untuk memenuhi sebagian persyaratan**  
**Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**  
**Bidang Studi Manajemen**

**OLEH:**  
**DINA DIAH PERMANA**  
**3103096197**


**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**JULI 2000**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis faktor persepsi konsumen mengenai jasa asuransi dan *personal selling* terhadap kepuasan konsumen di PT. AXA Life Surabaya yang ditulis oleh Dina Diah Permana telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Pembimbing I: Dra. Ec. Ani Suhartatik.MM



Pembimbing II: Drs. Ec. Hermeindito.MM

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: DINA DIAH PERMANA NRP: 3103096197...

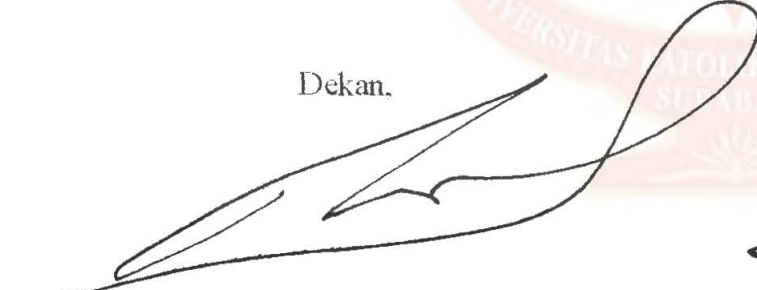
Telah disetujui pada tanggal 3 - 8 - 2000 Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:

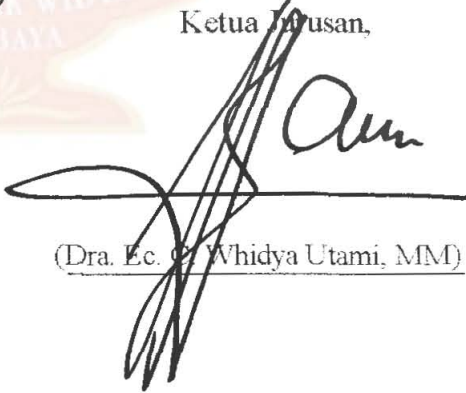
  
Dr. Soedyono Abiprija

Mengetahui:

Dekan,

  
(Drs. Ec. Rido Tanago, MBA)

Ketua Jurusan,

  
(Dra. Ec. Whidya Utami, MM)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa di dalam Yesus Kristus yang telah memberkati dan menyertai, sehingga penulis berhasil menyusun skripsi dengan judul “ Analisis Faktor Persepsi Konsumen Jasa Asuransi dan Personal Selling Terhadap kepuasan Konsumen di PT. AXA Life Surabaya”. Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini merupakan persembahan yang penulis berikan kepada Papa dan Mama tercinta yang selalu membimbing, memberikan dorongan dan berdoa untuk keberhasilan penulis. Skripsi ini penulis persembahkan pula untuk yang tercinta adik penulis, *meme* Miaw siak dan *meme* Lily yang banyak membantu penulis dalam terselesainya skripsi ini.

Dengan terselesainya skripsi ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala yang telah memberikan fasilitas selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.



2. Bapak Drs. Ec. M Sairozi, MM, selaku pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala beserta segenap staf pimpinan yang telah memberikan fasilitas selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec Ani Suhartatik, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu dan dengan kesabaran membimbing, mengarahkan serta memberi dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dra. Ec Hermeindito, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan petunjuk serta saran-saran yang bermanfaat bagi penulis.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis selama mengikuti perkuliahan di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi serta seluruh Staf perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Harisman, selaku Branch Manager PT. AXA Life Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan

penelitian di perusahaan ini serta membantu penulis dalam memberikan data yang diperlukan.

8. Segenap Staf, Agen dan Sales Manager PT. AXA Life Surabaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Sdr. Jeffry J. Sugiarto, selaku orang terdekat penulis yang selalu memberikan banyak masukan yang berarti, memberikan dorongan serta doa bagi terselesainya skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat penulis: Juniawaty, Susan dan Suping yang terus memotivasi dan banyak membantu dengan penuh perhatian kepada penulis serta doa bagi terselesainya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, semua saran dan kritik yang bersifat membangun dari pihak manapun, penulis akan menerima sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Surabaya, Juli 2000

Penulis

## ABSTRAKSI

Dengan semakin banyak dan menjamurnya perusahaan Asuransi Jiwa yang berdiri di Indonesia, penulis ingin mengadakan suatu penelitian tentang persepsi mengenai jasa asuransi jiwa dan *personal selling* khususnya di kota Surabaya. Berdasarkan judul “Analisis faktor persepsi konsumen jasa Asuransi dan *personal selling* terhadap kepuasan konsumen di PT. AXA Life Surabaya”, penulis ingin mengetahui adanya pengaruh serempak antara variabel persepsi konsumen mengenai jasa asuransi jiwa dan *personal selling* terhadap kepuasan konsumen dalam membeli polis asuransi jiwa PT. AXA Life Surabaya, serta untuk mengetahui variabel yang dominan dari antara kedua variabel tersebut.

Adapun metode pengumpulan data dengan cara survey pendahuluan, penelitian lapangan dan studi literature, sedangkan pengambilan datanya melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen PT. AXA Life Surabaya yang telah melakukan transaksi atau melakukan pembelian polis Asuransi jiwa minimal sebanyak 1 polis asuransi. Dalam penelitian ini penulis, menggunakan perhitungan dengan cara *Analisis Regrest-Korelasi Berganda* dengan pengujian hipotesis memakai *Uji t* dan *Uji F*.

Hasil dari perhitungan akhir, yang merupakan simpulan dari penelitian ini adalah bahwa variabel persepsi konsumen mengenai jasa asuransi dan *personal selling* signifikan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli polis Asuransi jiwa PT. AXA Life Surabaya, dan variabel persepsi konsumen jasa Asuransi jiwa yang merupakan variabel dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut.



# DAFTAR ISI



<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar belakang masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Skripsi.....	7
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pemasaran Jasa.....	9
2.2.2. Jenis-jenis Pemasaran.....	11
2.2.3. Bauran Pemasaran.....	13
2.2.4. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Penjualan.....	15

2.2.5. Pengertian Persepsi .....	15
2.2.6. Promosi.....	19
2.2.6.1 Tujuan Promosi Penjualan .....	20
2.2.6.2 Memilih Sarana Promosi Penjualan.....	21
2.2.7. Agen.....	22
2.2.7.1 Agen Asuransi Jiwa .....	22
2.2.8. Pengertian Asuransi Jiwa.....	23
2.2.8.1 Sifat-sifat <i>Personal Selling</i> .....	25
2.2.8.2 Tujuan <i>Personal Selling</i> .....	26
2.2.8.3 Fungsi-fungsi <i>Personal Selling</i> .....	26
2.2.8.4 Bentuk-bentuk <i>Personal selling</i> .....	28
2.2.8.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan <i>Personal Selling</i> .....	30
2.2.8.6. Proses penjualan <i>Personal Selling</i> .....	30
2.2.8.7. Hubungan <i>Personal Selling</i> dengan penjualan.....	32
2.2.9. Kepuasan Konsumen .....	32
2.2.9.1. Memaksimalkan Kepuasan Konsumen.....	35
2.3. Hipotesis .....	36
2.4. Model Analisis .....	37
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Desain penelitian .....	38
3.2. Identifikasi Variabel .....	38
3.3. Definisi Operasional .....	38

3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	40
3.4.1.	Jenis Data .....	40
3.4.2	Sumber Data .....	40
3.5.	Pengukuran data .....	41
3.6.	Alat dan metode pengumpulan data .....	41
3.6.1.	Alat Pengumpulan Data.....	41
3.6.2.	Metode Pengumpulan Data .....	42
3.7	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	42
3.8	Teknik Pengambilan Data .....	43
3.9.	Teknik Analisis Data .....	44
3.7.	Prosedur pengujian Hipotesis .....	46

#### **BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	49
4.1.1.	Sejarah singkat Perusahaan.....	49
4.1.2.	Lokasi Perusahaan .....	51
4.1.3.	Struktur Organisasi Perusahaan .....	51
4.1.4.	Macam Jenis Produk Jasa .....	55
4.2.	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	60
4.3.	Analisis Data .....	63
4.3.1.	Analisis Deskriptif.....	63
4.3.2.	Analisis Diferensial .....	68
4.4.	Pembahasan .....	75

## **BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Simpulan .....	80
5.2. Saran .....	81

## **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## **LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

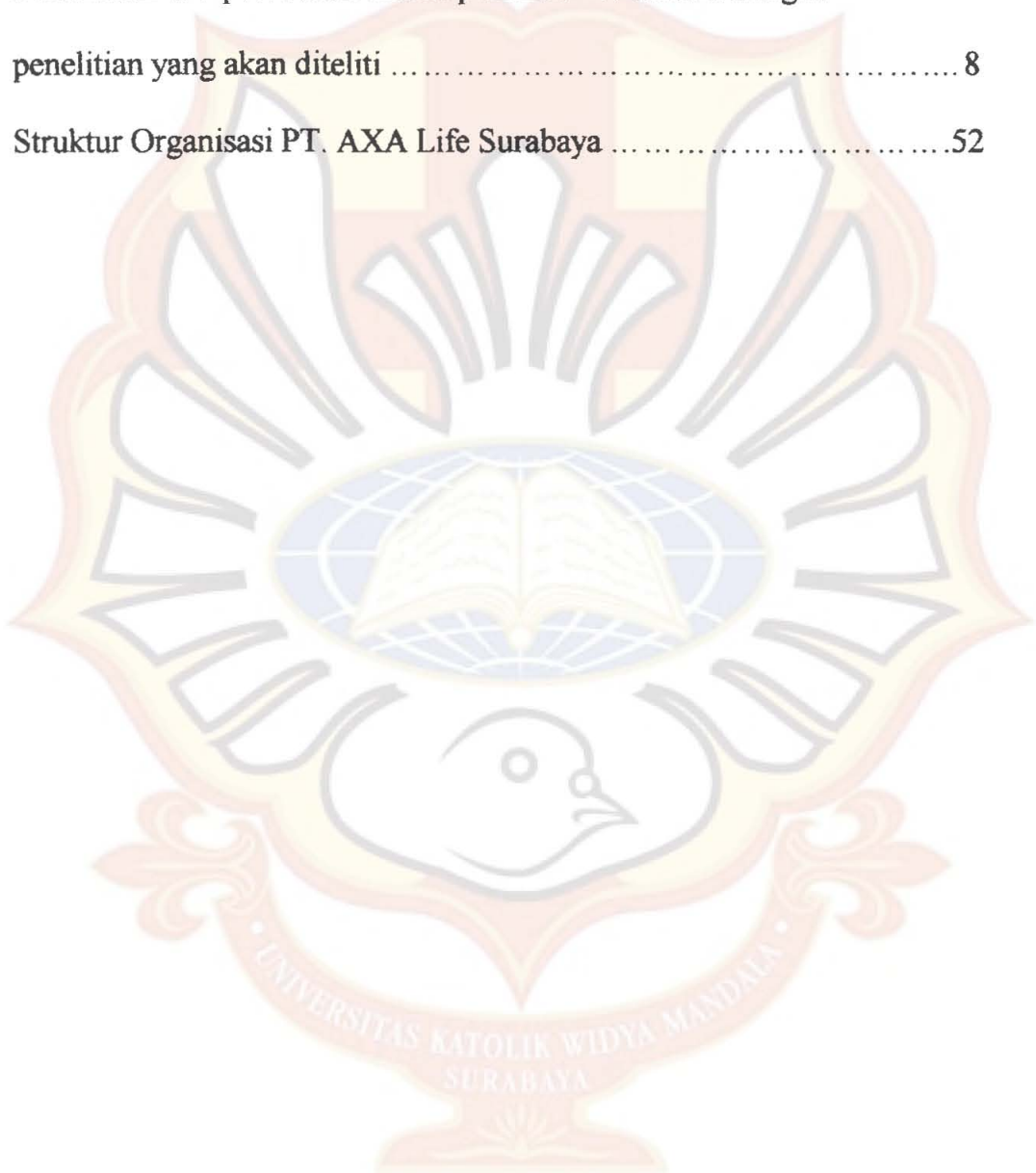
Tabel	Halaman
4.1 Hasil Perhitungan Kuesioner berdasarkan persentase tingkat usia pada responden .....	61
4.2 Hasil Perhitungan Kuesioner berdasarkan persentase tingkat Jenis kelamin pada responden.....	61
4.3 Hasil Perhitungan Kuesioner berdasarkan persentase tingkat Premi rupiah pada responden .....	62
4.4 Hasil Perhitungan Kuesioner tentang Persepsi Jasa Asuransi Jiwa berdasarkan Mean dan Standart Deviasi pada Responden.....	64
4.5 Hasil Perhitungan Kuesioner tentang <i>Personal Selling</i> berdasarkan Mean dan Standart Deviasi pada Responden.....	65
4.6 Hasil Perhitungan Kuesioner Berdasarkan Tingkat Persepsi Jasa Asuransi Jiwa .....	66
4.7 Hasil Perhitungan Berdasarkan Tingkat <i>Personal Selling</i> .....	67
4.8 Hasil Perhitungan Kuesioner Berdasarkan Tingkat Persepsi Jasa Asuransi dan <i>Personal Selling</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	68
4.9 Hasil Estimasi Perhitungan <i>Regresi Linier Berganda</i> .....	69
5.0 Hasil Estimasi Perhitungan <i>Korelasi Berganda</i> .....	70

5.1 Hasil Estimasi Perhitungan <i>Uji F</i> .....	72
5.2 Hasil Estimasi Perhitungan <i>Uji t</i> .....	70



# DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti .....	8
4.1 Struktur Organisasi PT. AXA Life Surabaya .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Hasil Pendapat Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen

Lampiran 3 : Hasil Pendapat Responden Mengenai Kepuasan Konsumen

Lampiran 4 : Hasil Perhitungan lengkap Regresi dengan SPSS 10.0

Lampiran 5 : Hasil Perhitungan lengkap Korelasi dengan SPSS 10.0

Lampiran 6 : Tabel nilai kritis distribusi F

Lampiran 7 : Tabel nilai kritis distribusi t

