

**HUBUNGAN FITUR PRODUK, HARGA, DAN
PERSONAL SELLING DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ASURANSI PERJALANAN
PADA PT AIG INSURANCE INDONESIA**

SKRIPSI

OLEH :
EKO WAHYUDI
211000130



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015**

**HUBUNGAN FITUR PRODUK, HARGA, DAN
PERSONAL SELLING DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ASURANSI PERJALANAN
PADA PT AIG INSURANCE INDONESIA**

SKRIPSI

OLEH :
EKO WAHYUDI
211000130



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2015

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

HUBUNGAN FITUR PRODUK, HARGA, DAN *PERSONAL SELLING* DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ASURANSI PERJALANAN PADA PT AIG INSURANCE INDONESIA

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjana di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 27 Oktober 2015



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN FITUR PRODUK, HARGA, DAN *PERSONAL SELLING* DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ASURANSI PERJALANAN PADA PT AIG INSURANCE INDONESIA

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STEI), Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Gatot Prabantoro, SE, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

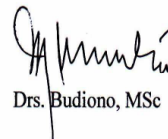
Jakarta, 27 Oktober 2015

Menyetujui
Pembimbing,



Gatot Prabantoro, SE, MM

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Budiono, MSc

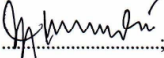
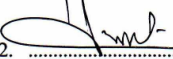
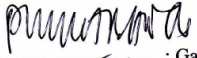
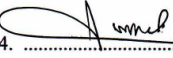

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN FITUR PRODUK, HARGA, DAN PERSONAL SELLING DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ASURANSI PERJALANAN PADA PT AIG INSURANCE INDONESIA

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal **16 September 2015** dengan nilai **B**

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Budiono, M.Sc (Ketua)
2. ; Drs. Sumitro, M.Sc (Sekretaris)
3. ; Gatot Prabantoro, SE, MM (Pembimbing)
4. ; Drs. Sumitro, M.Sc (Anggota Penguji)
5. ; Drs. Sudarmadji, M.Sc (Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Segala Puji syukur panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, sehingga berkat rahmat dan karunia-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan melalui bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ucapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Gatot Prabantoro, SE, MM, atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono, MSc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc, selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.

Setelah terselesaikannya proses penelitian ini, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi yang membacanya terutama bagi peneliti sendiri.

Jakarta, September 2015

Eko Wahyudi
NPK 211000130

Eko Wahyudi

Dosen Pembimbing :

NPK 211000130

Gatot Prabantoro, SE, MM

Program Studi S-1 Manajemen

**HUBUNGAN FITUR PRODUK, HARGA, DAN
PERSONAL SELLING DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ASURANSI PERJALANAN
PADA PT AIG INSURANCE INDONESIA**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui adanya hubungan fitur produk dengan keputusan pembelian, (2) untuk mengetahui adanya hubungan harga dengan keputusan pembelian, (3) untuk mengetahui adanya hubungan *personal selling* dengan keputusan pembelian dan (4) untuk mengetahui adanya hubungan fitur produk, harga, dan *personal selling* dengan keputusan pembelian.

Strategi yang digunakan dalam penelitian adalah strategi asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Unit-unit analisis dalam penelitian ini adalah nasabah baru Asuransi PT AIG Insurance Indonesia mengenai fitur produk, harga, *Personal Selling* dan keputusan pembelian oleh nasabah ditunjukkan dari pernyataan kuesioner yang ditunjukkan kepada PT AIG Insurance Indonesia, sebagai obyek penelitian yang digunakan untuk menyebarkan pernyataan kuesioner kepada responden.

Berdasarkan hasil perhitungan perolehan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,976 > 1,684$) dengan nilai sig 0,000, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Perolehan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,776 > 1,684$) dengan nilai sig 0,000, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara *personal selling* terhadap keputusan pembelian. Perolehan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,399 > 2,78$) dengan nilai sig 0,000, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan secara berganda (simultan) terdapat hubungan yang signifikan antara *personal selling* terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Fitur produk, harga, personal selling, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Masalah Penelitian	1
1.1.1. Latar belakang masalah penelitian.....	1
1.1.2. Perumusan masalah pokok penelitian	7
1.1.3. Spesifikasi masalah pokok penelitian	8
1.2. Kerangka Teori	8
1.2.1. Identifikasi variabel-variabel penelitian	8
1.2.2. Uraian konseptual tentang variabel	8
1.2.3. Hipotesis penelitian.....	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1. Tujuan penelitian	11
1.3.2. Kegunaan penelitian	11

Halaman

BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	13
2.2. Landasan Teori	18
2.2.1. Pengertian pemasaran	18
2.2.1.1. Pengertian manajemen pemasaran	19
2.2.2. Pengertian asuransi	20
2.2.3. Pengertian produk	21
2.2.3.1. Pengertian produk jasa	22
2.2.4. Kualitas produk (product quality)	23
2.2.4.1. Pengertian kualitas produk	24
2.2.4.2. Dimensi kualitas produk	24
2.2.4.3. Fitur produk	26
2.2.5. Harga	26
2.2.5.1. Premi	28
2.2.6. Pengertian personal selling	29
2.2.6.1. Tujuan personal selling	31
2.2.6.2. Ciri khusus personal selling	32
2.2.6.3. Fungsi personal selling	33
2.2.6.4. Manfaat tambahan personal selling	33
2.2.6.5. Prinsip-prinsip personal selling	34
2.2.7. Keputusan pembelian	35
2.2.7.1. Pengertian keputusan pembelian	36
2.2.7.2. Keputusan pengguna jasa	36
2.2.7.3. Tahap proses pembelian	37
2.2.7.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	40
2.3. Kerangka Pemikiran	42

BAB III PROSEDUR PENELITIAN	43
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	43
3.2. Strategi dan Metoda Penelitian	43
3.2.1. Strategi penelitian	43
3.2.2. Metoda penelitian	43
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.3.1. Populasi penelitian	44
3.3.2. Sampel penelitian.....	44
3.4. Unit Analisis Penelitian	45
3.5. Metoda Pengumpulan Data	45
3.6. Instrumen Pengumpulan Data	46
3.7. Metoda Analisis Data	51
BAB IV HASIL-HASIL PENELITIAN	55
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	55
4.2. Deskripsi Responden	55
4.3. Hasil pengujian instrument penelitian	56
1. Uji validitas	56
2. Uji reliabilitas	59
4.4. Analisis Statistik Data	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Indikator dan Sub Indikator variabel penelitian	46
Tabel 3.2. Skala Likert	49
Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Korelasi	52
Tabel 4.1. Data karakteristik responden penelitian	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2. Lima tahap proses keputusan pembelian	37
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2.** Skor untuk variabel fitur produk (X1)
- Lampiran 3.** Skor untuk variabel harga (X2)
- Lampiran 4.** Skor untuk variabel personal selling (X3)
- Lampiran 5.** Skor untuk variabel keputusan pembelian (Y)
- Lampiran 6.** Output spss
- Lampiran 7.** Surat Keterangan Riset