

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PEMILIHAN PRODUK ASURANSI PADA
PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO)
CABANG SURAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh :

**HENDRA HERMAWAN
NIM. 100 070 185**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dampak sistem penjualan produk asuransi di Indonesia saat ini, akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen, ditambah dengan ketatnya persaingan penjualan produk asuransi, baik asuransi persero ataupun swasta. Hal ini akan menjadi masalah yang sangat besar bagi perekonomian bangsa Indonesia yang sedang dalam keadaan tak terkendali. Ini akan menyebabkan para konsumen atau nasabah Asuransi perlu berfikir berulang kali untuk menentukan pemilihan produk asuransi.

Produk-produk asuransi yang berdaya saing tinggi tersebut semakin menjadi perhatian, baik perusahaan jasa asuransi PT. Asuransi Jiwasraya (persero) maupun bagi nasabah. Oleh karena konsumen tidak membuat keputusan mereka dalam sesuatu yang hampa. pembelian mereka sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya faktor kebudayaan, sosial, kepribadian, dan psikologis. Hal ini memudahkan nasabah untuk menentukan pilihan produk-produk yang ada pada PT. Asuransi Jiwasraya.

Faktor kebudayaan merupakan salah satu faktor penentu dari keinginan dan perilaku seseorang. Kebudayaan juga merupakan salah satu bagian yang digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan pemilihan produk pada PT Asuransi Jiwasraya.

Faktor sosial seperti referensi, merupakan kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku orang tersebut. Ada beberapa kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan (*membership groups*), Inilah kelompok dimana orang tersebut tergolong dan berinteraksi (*Philip Kotler, 1985:166*).

Faktor kepribadian yang berbeda akan mempengaruhi perilaku konsumen, memberikan tipe kepribadian yang dapat di klasifikasi dan korelasi yang kuat terdapat antara jenis kepribadian tertentu pilihan produk. banyak pemasar menggunakan konsep yang dekat dengan kepribadian yaitu konsep diri orang. kita semua membawa kemana-mana suatu gambaran mental yang kompleks mengenai diri kita sendiri.

Faktor psikologis ada tiga macam diantaranya motivasi, belajar, kepercayaan dan sikap. Teori motivasi; freud beranggapan bahwa orang pada umumnya sadar akan kekuatan-kekuatan psikologis sesungguhnya adalah yang membentuk perilaku mereka. Belajar; bila mana orang itu bertindak, mereka belajar. Belajar menggambarkan perubahan-perubahan dalam perilaku individu yang timbul dari pengalaman.

Kepercayaan adalah suatu pilihan yang diskriptif dan di anut seseorang mengenai sesuatu. kepercayaan ini dapat di dasarkan pengetahuan nyata, pendapat, atau kejujuran. Sikap menjelaskan evaluasi kognitif yang baik atau tidak baik dan terus menerus, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan ke arah obyek atau gagasan tertentu. sikap

menempatkan orang dalam suatu kerangka berfikir untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekat atau menjauh dari hal itu. Dari faktor-faktor tersebut yang dapat mempengaruhi pemilihan produk asuransi pada PT Asuransi Jiwasraya.

Atas dasar pemikiran dan asumsi sebagaimana diuraikan di atas, maka judul yang penulis pilih adalah : Faktor-faktor yang Mempengaruhi pemilihan Produk pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Surakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh faktor budaya terhadap keputusan memilih produk Asuransi pada PT Asuransi Jiwasraya.
2. Apakah terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan memilih produk Asuransi pada PT Asuransi Jiwasraya.
3. Apakah terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan memilih produk Asuransi pada PT Asuransi Jiwasraya.
4. Apakah terdapat pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan memilih produk Asuransi pada PT Asuransi Jiwasraya.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh faktor budaya terhadap keputusan memilih produk asuransi pada PT Asuransi Jiwasraya.
2. Untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan memilih produk asuransi pada PT Asuransi Jiwasraya.

3. Untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan memilih produk asuransi pada PT Asuransi Jiwasraya.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan memilih produk asuransi pada PT Asuransi Jiwasraya.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi nasabah, penelitian ini berguna untuk memudahkan dalam pengambilan keputusan.
2. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan penerapan dari ilmu manajemen khususnya di bidang pemasaran.
3. Bagi akademis, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan ataupun acuan untuk penelitian berikutnya

E. Sistematika Skripsi

Untuk menyusun laporan penelitian dalam bentuk skripsi digunakan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari : Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Operasional, Kerangka Pemikiran, Hipotesis dan Sistematika Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri atas : Manajemen Pemasaran, Pengertian Persepsi, Bentuk Persepsi, dan Persepsi Nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri atas : Lokasi Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpulan Data, dan Metode Analisa Data

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menyajikan deskripsi tentang objek penelitian yang meliputi sejarah berdirinya PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Surakarta, Susunan Organisasi, dan Deskripsi Tugas.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISA

Pada bab ini dapat disajikan mengenai hasil penelitian dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan produk asuransi pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) cabang Surakarta.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan tentang : Kesimpulan penelitian dan disajikan pula saran-saran.