

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak lahir hingga meninggal dunia, kehidupan manusia selalu dihadapkan dengan resiko. Tidak semua manusia dapat menghindarinya, sehingga manusia harus menghadapinya dan mengatasinya. Sebagai manusia kita tidak tahu bagaimana, kapan, dan dimana kita akan menerima suatu bencana atau resiko. Ketidakpastian tersebut yang akhirnya membuat lembaga pertanggungan bermunculan dan mengambil peran untuk mau menerima sebagian resiko yang ditanggung oleh seseorang dalam suatu perjanjian tertentu. (Darwin et al., 2014)

Pengertian dari asuransi jiwa adalah sebuah layanan asuransi yang digunakan sebagai bentuk perlindungan terhadap timbulnya kerugian finansial atau hilangnya pendapatan seseorang atau keluarga akibat adanya kematian anggota keluarga (tertanggung) yang biasanya menjadi sumber nafkah bagi keluarga tersebut. Asuransi memiliki beberapa macam jenis nya, tetapi asuransi jiwa merupakan salah satu jenis asuransi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. (Darwin et al., 2014)

PT. Sunlife Indonesia merupakan perusahaan asuransi yang bergerak dalam bidang asuransi jiwa, yaitu perusahaan asuransi yang bertujuan menanggung orang terhadap kerugian dalam bentuk *financial* yang dikaitkan dengan jiwa atau meninggalnya seseorang. Dalam asuransi jiwa yang dapat

dipertanggungjawabkan adalah resiko kematian, resiko kecelakaan atau sakit (kecelakaan atau sakit mungkin dapat mengakibatkan ketidakmampuan), dan resiko hari tua (hari tua pasti terjadi, sedangkan berapa lama hari tua itu berlangsung tidak dapat dipastikan).

Untuk dapat terus bersaing di dunia asuransi, PT Sunlife Indonesia Cabang Semarang juga harus memperhatikan beberapa aspek seperti Produk, Promosi, *People* (Orang), dan *Process* (Proses). Aspek-aspek tersebut hakekatnya merupakan alat bagi pemasar dalam melakukan kegiatannya. Karakteristik dari produk yang berbentuk jasa yaitu tidak berwujud (*intangable*), tak terpisahkan (*inseparability*), heterogenitas, cepat hilang (*perishability*) dan permintaan yang berfluktuasi. (Hendri Sukatjo, 2010)

Ketika perusahaan mampu menciptakan produk sesuai kebutuhan dan keinginan target konsumen, bahkan dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, maka mereka akan puas. PT Sunlife Indonesia Cabang Semarang memiliki berbagai macam produk asuransi jiwa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan tentunya memiliki keunggulan dari para pesaingnya. (Atmaja & Adiwinata, 2012)

Untuk menjual suatu produk, tentunya butuh yang namanya promosi untuk menjual suatu produk tersebut agar bisa diketahui dan diminati oleh konsumen. Promosi meliputi penjualan tatap muka (*personal selling*), penjualan massal (*mass selling*) dan promosi penjualan (*sales promotion*). (Agency-karawang, 2017)

Untuk produk jasa, maka *people* (orang) juga termasuk dalam aspek yang digunakan untuk melakukan kegiatannya. Orang yang terlibat dalam penyedia jasa tersebut berperan penting untuk melakukan tatap muka langsung dengan konsumen dan menawarkan produknya. (Agency-karawang, 2017)

Setelah beberapa aspek di atas, terdapat proses atau tahapan yang dilakukan dalam melakukan pemasaran. Proses tersebut merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pihak internal atau eksternal perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengambil judul:

“ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PROSES, PEOPLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI JIWA PT SUNLIFE INDONESIA CABANG SEMARANG”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian polis asuransi jiwa pada PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang ?
2. Apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian polis asuransi jiwa pada PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang ?

3. Apakah Proses dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian polis asuransi jiwa pada PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang ?
4. Apakah *People* dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian polis asuransi jiwa pada PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh Produk terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian polis asuransi jiwa pada PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang
2. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian polis asuransi jiwa pada PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang
3. Untuk menganalisis pengaruh Proses terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian polis asuransi jiwa pada PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang
4. Untuk menganalisis pengaruh *people* terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian polis asuransi jiwa pada PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini, yaitu :

- 1) Secara teoritis
 - a) Bagi ilmu pengetahuan yang dilakukan ini akan memberikan beberapa tambahan wawasan dan pengetahuan tentang analisis pengaruh produk, promosi, proses, *people* terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang
 - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dukungan empiris mengenai analisis pengaruh produk, promosi, proses, dan *people* terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang
- 2) Secara Praktis
 - a) Penelitian yang dilakukan ini memberi sebuah informasi yang dituju masyarakat yang berkaitan dengan penelitian analisis produk, promosi, proses, dan *people* terhadap keputusan pembelian
 - b) Penelitian yang dilakukan memberikan manfaat untuk lebih maju kedepannya bagi perusahaan dan karyawan perusahaan karena menerima saran dan dapat untuk meningkatkan kinerja yang lebih baik lagi

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang tinjauan teori yang melandasi pemikiran, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis metodologi penelitian, definisi operasional, pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, dan metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil penelitian, analisis data, dan penjelasannya secara lengkap.

BAB V PENUTUP