

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PROSES, *PEOPLE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Pada Asuransi Jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memenuhi Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**FAHMI NOVENDRI PUTRA**

**B 100160015**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2020**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102

Website: <http://www.ums.ac.id> Email: [Ums@ums.ac.id](mailto:Ums@ums.ac.id)

---

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Ir. Irmawati, S.E., M Si

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PROSES, PEOPLE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Pada Asuransi Jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang)**

Oleh:

**FAHMI NOVENDRI PUTRA  
B 100 160 015**

Penanda tangan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Pembimbing

**(Ir. Irmawati, S.E., M.Si)**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PROSES, PEOPLE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Pada Asuransi Jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**FAHMI NOVENDRI PUTRA**

**B100 160 015**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat untuk diterima :

Surakarta, 2 Mei 2020  
Pembimbing Utama



**(Ir. Irmawati, S.E., M.Si)**

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. H. Syamsudin M.M)**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **FAHMI NOVENDRI PUTRA**

NIM : **B 100 160 015**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PROSES,  
PEOPLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi  
Pada Asuransi Jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,

**FAHMI NOVENDRI PUTRA**

## **MOTTO**

Bekerjalah kamu, maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu dan kamu akan dikembalikan kepada Allah lalu diberitakan kepada-

Nya apa yang telah kamu kerjakan.

(QS. At Taubah:105)

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri.

(QS. Ar-Ra'd:11)

Kesenangan dalam sebuah pekerjaan membuat kesempurnaan pada hasil yang dicapai

(Aristoteles)

Kesuksesan bukanlah suatu akhir, kegagalan tidak berakibat fatal, tetapi keberanianlah yang akan terus berlanjut.

(Winston Churchill)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah, kupersembahkan sebuah karya saya ini untuk orang-orang terkasih dan tercinta:

1. Mama dan Papa terimakasih untuk semua doa yang tidak pernah putus sampai saat ini dan memberikan saya motivasi dan dukungan sampai ke tahap ini.
2. Allah SWT yang telah memberikan saya ridho *nya* untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan semangat
3. Pembimbing skripsi saya, Ibu Ir. Irmawati, S.E., M.Si terimakasih yang sudah sabar membimbing, mengarahkan, membantu dan mendidik setiap langkah untuk mengerjakan skripsi ini.
4. Dosen pengajar prodi manajemen yang sudah memberikan pembelajaran kepada saya selama menempuh ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel mana yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah melakukan pembelian polis asuransi jiwa pada PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang. Salah satunya dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Dengan mengambil 90 sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan kuisioner untuk mengumpulkan data. Teknik pengambilan sampel ada *convenience sampling* yaitu suatu teknik pengambilan sampel atau elemen yang diambil berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis menggunakan uji t, uji F, uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel *people* berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : Produk, Promosi, Proses, *People*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze which variable is the most dominant influence on the customer's decision to purchase a life insurance policy at PT. Sunlife Indonesia Semarang Branch. One of them is by applying the right marketing strategy. By taking 90 samples in this study using a questionnaire to collect data. Sampling technique there is convenience sampling, which is a sampling technique or elements that are taken based on the availability of elements and ease of getting it. The sample was chosen because the sample is in the right place and time. Data analysis techniques using validity and reliability test, classic assumption test using normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, hypothesis testing using t test, F test, coefficient of determination test.*

*The results of this study indicate that product variables have a significant effect on purchasing decisions, promotion variables have a significant effect on purchasing decisions, process variables have an effect on purchasing decisions, people variables have an effect on purchasing decisions*

*Keywords : Product, Promotion, Process, People*



## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrohmaanirrohim*

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PROSES, PEOPLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Asuransi Jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang)**”. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Segala yang telah tertuang dalam karya ini bukanlah hasil kerja penulis semata. Berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan, dan wawasan untuk terselesaikannya karya ini. Dalam kesempatan ini dengan penuh kebanggaan dan rasa hormat penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Ir. Irmawati, S.E., M.Si selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku pembimbing akademik yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan memberikan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Saya berharap bahwa penelitian ini memberikan manfaat khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 2 Mei 2020

Penulis

Fahmi Novendri Putra

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu .....	11
C. Hipotesis .....	12
D. Kerangka Pemikiran.....	16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17
A. Metodologi Penelitian.....	17
1. Jenis Metodologi Penelitian.....	17
2. Definisi Operasional.....	17
3. Populasi dan Sampel.....	18
4. Metode Pengumpulan Data.....	20
2. Metode Analisis Data.....	21
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	28
B. Hasil Diskripsi Responden.....	28
C. Analisis Data.....	31
D. Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Keterbatasan Penelitian.....	52
C. Saran-Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.2 Klasifikasi Usia Responden .....	30
Tabel 4.3 Klasifikasi Tingkat Pendidikan Responden .....	30
Tabel 4.4 Rangkuman uji validitas instrumen variabel Produk (X1) .....	32
Tabel 4.5 Rangkuman Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi (X2).....	32
Tabel 4.6 Rangkuman Uji Validitas Instrumen Variabel Proses (X3).....	33
Tabel 4.7 Rangkuman Uji Validitas Instrumen Variabel People (X4) .....	34
Tabel 4.8 Rangkuman Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	34
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Normalitas .....	36
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	38
Tabel 4.13 Rekapitulasi Regresi Berganda .....	39
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	40
Tabel 4.15 Uji F .....	41
Tabel 4.16 Uji t .....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian .....	7
Gambar : 2.2 Kerangka Pemikiran.....	15

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER RESPONDEN.....	55
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA KUESIONER .....	59
LAMPIRAN 3. HASIL OLAH DATA.....	63