UNIVERSITAS GADJAH MADA
PENGARUH PERSONAL SELLING AGEN ASURANSI TERHADAP PERSEPSI NASABAH (Studi Pengaruh Kekuatan Personal Selling yang Dilakukan Agen Asuransi Dalam Memprospek Nasabah PT. Prudential Life Assurance)
STEFANA SURYANI G., Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL…… i
HALAMAN PENGESAHAN…….. ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS ……..... iii
HALAMAN PERSEMBAHAN …….. iv
KATA PENGANTAR……... v
INTISARI ……. vi
ABSTRACT …… vii
DAFTAR ISI…….. viii
DAFTAR BAGAN…… x
DAFTAR TABEL ……..... x
DAFTAR GRAFIK ……. xi
DAFTAR LAMPIRAN……. xiii

BAB 1 Pendahuluan

A. Latar Belakang……..... 1
B. Rumusan Masalah……... 4
C. Tujuan Penelitian……. 5
D. Manfaat Penelitian ……. 5
E. Kerangka Pemikiran…… 5
   1. Bisnis Jasa ……. 5
   2. *Personal Selling* ..…….. 7
   3. Komunikasi Interpersonal ……. 10
   4. Persepsi ……..…… 11
F. Kerangka Konsep …… 12
G. Hipotesis …….. 15
H. Defenisi Operasional …… 16
I. Metodologi Penelitian ……. 25
   1. Jenis Penelitian …….. 25
   2. Lokasi Penelitian …… 25
   3. Populasi dan Sampel …….. 25

UNIVERSITAS GADJAH MADA
PENGARUH PERSONAL SELLING AGEN ASURANSI TERHADAP PERSEPSI NASABAH (Studi Pengaruh Kekuatan Personal Selling yang Dilakukan Agen Asuransi Dalam Memprospek Nasabah PT. Prudential Life Assurance)
STEFANA SURYANI G., Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4. Teknik Pengumpulan Data ….. 26
5. Validitas dan Reliabilitas …….. 27
6. Metode Pengukuran Data ……. 28
7. Metode Analisis Data …… 29

J. Limitasi Penelitian ……... 30

BAB II Komunikasi Interpersonal Dalam *Personal Selling* Bisnis Asuransi Dan Persepsi Konsumen

A. Bisnis Jasa …….. 31
B. *Personal Selling* ……... 33
C. Komunikasi Interpersonal …… 35
D. Persepsi …….. 38

BAB III Profil PT. Prudential Life Assurance

A. Sejarah …….. 43
B. Misi dan Kredo Perusahaan ……. 44
C. Logo ……..... 45
D. Jenis – Jenis Asuransi Prudential …… 46
E. Penghargaan Yang Pernah Diraih Oleh Prudential …… 47
F. Prudential di Surakarta …… 51

BAB IV Temuan Penelitian dan Analisis Data

A. Hasil Temuan Penelitian …….. 54
B. Analisis Data ……. 96

BAB V Penutup

A. Kesimpulan …….. 116
B. Saran
1. Bagi Perusahaan ……. 117
2. Bagi Agen Asuransi ……. 118
3. Bagi Konsumen ……. 119
4. Bagi Penelitian Selanjutnya …….. 120

Daftar Pustaka…… 122

Lampiran

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH PERSONAL SELLING AGEN ASURANSI TERHADAP PERSEPSI NASABAH (Studi Pengaruh Kekuatan Personal Selling yang Dilakukan Agen Asuransi Dalam Memprospek Nasabah PT. Prudential Life Assurance)
STEFANA SURYANI G., Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR BAGAN, TABEL, DAN GRAFIK

Bagan 1.1.	Pengujian Variabel Secara Umum …….	13
Bagan 1.2	Pengujian Variabel Secara Parsial ……...	14
Bagan 1.3	Pengujian Variabel Secara Parsial ……...	14
Bagan 1.4	Pengujian Variabel Secara Parsial ……...	14
Bagan 1.5	Pengujian Variabel Secara Parsial ……...	14
Bagan 3.1.	Struktur Organisasi Kantor Agensi Prudential PRUprioritas ……..	54
Bagan 4.1.	Pengujian Variabel Secara Umum ……...	77
Bagan 4.2	Pengujian Variabel Secara Parsial ……...	77
Bagan 4.3	Pengujian Variabel Secara Parsial ……...	77
Bagan 4.4	Pengujian Variabel Secara Parsial ……...	77
Bagan 4.5	Pengujian Variabel Secara Parsial ……...	77

Tabel 1.1.	Kinerja Industri Asuransi Jiwa – Kuartal Kedua 2015	2
Tabel 1.2.	Tabel Definisi Operasional Penelitian ……	23
Tabel 3.1.	Jenis – Jenis Asuransi Prudential ……..	46
Tabel 3.2.	Kantor Agensi Prudential di Solo ……	52
Tabel 4.1.	Hasil Uji Validitas …….	55
Tabel 4.2.	Hasil Uji Validitas Tanpa Butir 2 ……	56
Tabel 4.3.	Hasil Uji Reliabilitas ……..	57
Tabel 4.4.	Agen mendapatkan informasi pribadi saya dari pihak yang saya kenal …….....	58
Tabel 4.5	Agen menjelaskan maksud kedatangannya dengan pesan yang lugas dan hangat ……..	58
Tabel 4.6.	Agen memperkenalkan dirinya dengan gestur yang antusias dan bersahabat …….	59
Tabel 4.7.	Agen mendengarkan kekhawatiran saya akan resiko dengan baik sehingga saya merasa cocok untuk memperbincangkan kebutuhan asuransi dengannya ……	59

UNIVERSITAS GADJAH MADA
PENGARUH PERSONAL SELLING AGEN ASURANSI TERHADAP PERSEPSI NASABAH (Studi Pengaruh Kekuatan Personal Selling yang Dilakukan Agen Asuransi Dalam Memprospek Nasabah PT. Prudential Life Assurance)
STEFANA SURYANI G., Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.8. Agen mampu menyakinkan saya untuk mengenal lebih lanjut mengenai asuransi Prudential melalui presentasi dan demo …….. 60
Tabel 4.9. Agen menjelaskan manfaat, prosedur klaim, kelebihan dan kekurangan produk dengan detail ……. 60
Tabel 4.10. Gestur dan sikap agen mampu menyakinkan saya untuk mempercayakan kebutuhan asuransi saya kepadanya ……. 61
Tabel 4.11. Agen menjawab semua pertanyaan saya akan produk dengan menunjukkan bukti/ ketentuan yang tertulis dalam polis 62
Tabel 4.12. Agen mendengarkan saya dan gesturnya menunjukkan bahwa ia peduli terhadap kekhawatiran - kekhawatiran saya akan produk asuransi Prudential ……. 62
Tabel 4.13. Agen menutup penjelasannya dengan mengajak saya bergabung 63
Tabel 4.14. Melalui sikap tubuhnya, saya mengetahui bahwa agen tidak memaksa saya untuk bergabung …… 64
Tabel 4.15. Terdapat kesesuaian antara penjelasan (janji/ ilustrasi) agen sebelum saya bergabung dengan penyelesaian klaim yang saya alami ketika saya sudah bergabung …… 64
Tabel 4.16. Agen membantu saya secara maksimal melalui komunikasi tatap muka maupun non tatap muka ……. 64
Tabel 4.17. Kinerja agen membuat saya ingin melanjutkan hubungan kerja ini untuk selanjutnya …….. 65
Tabel 4.18. Range Aktivitas Personal Selling Agen …….. 66
Tabel 4.19. Agen Prudential memberikan informasi produk lebih detail dibandingkan dengan agen asuransi lainnya ……. 66
Tabel 4.20. Agen Prudential memberikan informasi akan manfaat, investasi, prosedur, dan klaim dengan jujur dan apa adanya …….. 67
Tabel 4.21. Agen Prudential menyadarkan saya akan pentingnya memiliki asuransi …….. 67
Tabel 4.22. Agen Prudential mampu meyakinkan saya untuk bergabung agar saya dapat mengendalikan dan mengurangi resiko yang dapat

PENGARUH PERSONAL SELLING AGEN ASURANSI TERHADAP PERSEPSI NASABAH (Studi Pengaruh Kekuatan Personal
Selling yang Dilakukan Agen Asuransi Dalam Memprospek Nasabah PT. Prudential Life Assurance)
STEFANA SURYANI G., Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

terjadi sewaktu – waktu ……... 68
Tabel 4.23. (Menurut saya) Prudential adalah asuransi yang memberi kemudahan dan terpercaya …… 69
Tabel 4.24. (Menurut saya) Prudential memberikan baik keuntungan finansial dan non-finansial ……..... 69
Tabel 4.25. (Menurut saya) Prudential mampu mengakumulasi keinginan dan kebutuhan saya dalam menghadapi resiko …….. 70
Tabel 4.26. (Menurut saya) pembayaran premi yang saya lakukan sesuai dengan ekspetasi saya terhadap produk ……. 70
Tabel 4.27. Saya puas dengan produk asuransi Prudential …… 71
Tabel 4.28. Saya akan menyarankan rekan - rekan saya untuk memilih Prudential sebagai asuransi mereka …….. 71
Tabel 4.29. Saya puas akan pelayanan agen asuransi Prudential …… 72
Tabel 4.30. Saya akan menyarankan agen Prudential saya sebagai penanggung jawab asuransi rekan – rekan saya …… 72
Tabel 4.31. Range Persepsi Konsumen ……. 74
Tabel 4.32. *Model Summary* Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Persepsi Nasabah ……... 79
Tabel 4.33. ANOVA Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Persepsi Nasabah …… 80
Tabel 4.34. *Coefficients* Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Persepsi Nasabah …… 80
Tabel 4.35. *Model Summary* Uji Pengaruh Komunikasi Verbal *Personal Selling* Terhadap Persepsi Nasabah ……..……... 82
Tabel 4.36. ANOVA Uji Pengaruh Komunikasi Verbal *Personal Selling* Terhadap Persepsi Nasabah ……..…….. 83
Tabel 4.37. *Coefficients* Uji Pengaruh Komunikasi Verbal *Personal Selling* Terhadap Persepsi Nasabah ……..……..... 83
Tabel 4.38. *Model Summary* Uji Pengaruh Komunikasi Non Verbal *Personal Selling* Terhadap Persepsi Nasabah ……..……... 85
Tabel 4.39. ANOVA Uji Pengaruh Komunikasi Non Verbal *Personal Selling*

UNIVERSITAS GADJAH MADA
PENGARUH PERSONAL SELLING AGEN ASURANSI TERHADAP PERSEPSI NASABAH (Studi Pengaruh Kekuatan Personal Selling yang Dilakukan Agen Asuransi Dalam Memprospek Nasabah PT. Prudential Life Assurance)
STEFANA SURYANI G., Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Terhadap Persepsi Nasabah ……..…….. 86
Tabel 4.40. *Coefficients* Uji Pengaruh Komunikasi Non Verbal *Personal Selling* Terhadap Persepsi Nasabah ……..…..... 87
Tabel 4.41. *Model Summary* Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Seleksi Persepsi Nasabah ……..…..... 88
Tabel 4.42. ANOVA Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Seleksi Persepsi Nasabah ……..…..... 89
Tabel 4.43. *Coefficients* Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Seleksi Persepsi Nasabah ……..…..... 89
Tabel 4.44. *Model Summary* Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Interpretasi Nasabah ……..…..... 91
Tabel 4.45. ANOVA Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Interpretasi Nasabah ……..…..... 92
Tabel 4.46. *Coefficients* Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Interpretasi Nasabah ……..…..... 92
Tabel 4.47. *Model Summary* Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Seleksi Reaksi Nasabah ……..…..... 93
Tabel 4.48. ANOVA Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Seleksi Reaksi Nasabah ……..…..... 94
Tabel 4.49. *Coefficients* Uji Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Reaksi Nasabah ……..…..... 95
Tabel 4.50. Persentase Pembebanan Biaya Akuisisi …… 102

Grafik 4.1. Uji Normalitas Aktivitas Personal Selling Agen ……. 75
Grafik 4.2. Uji Normalitas Persepsi Konsumen ……. 76

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGARUH PERSONAL SELLING AGEN ASURANSI TERHADAP PERSEPSI NASABAH (Studi Pengaruh Kekuatan Personal Selling yang Dilakukan Agen Asuransi Dalam Memprospek Nasabah PT. Prudential Life Assurance)
STEFANA SURYANI G., Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Tabel Distribusi Frekuensi

Lampiran 4 Uji Hipotesis

Lampiran 5 Data Responden