

**PENGARUH PROMOSI DAN PERILAKU KONSUMEN
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR PADA
PT. MANDIRI AXA GENERAL INSURANCE
AREA JAKARTA SELATAN, DEPOK, DAN BOGOR**

SKRIPSI

Oleh:

Rudi Saputra

201410325230



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Perilaku Konsumen Dalam
Keputusan Pembelian Produk Asuransi Kendaraan
Bermotor Pada PT. Mandiri Axa General Insurance
Area Jakarta Selatan, Depok, dan Bogor

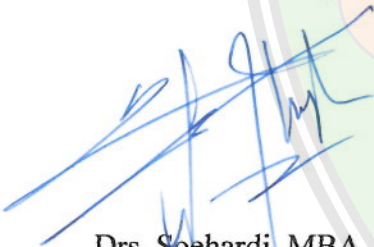
Nama Mahasiswa : Rudi Saputra
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325230
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2018

Bekasi, 16 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Soehardi, MBA, Ph.D
NIP : 1612275


M. Fadhli Nursal, SE, M.M
NIP : 1602212

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Perilaku Konsumen Dalam
Keputusan Pembelian Produk Asuransi Kendaraan
Bermotor Pada PT. Mandiri Axa General Insurance
Area Jakarta Selatan, Depok, dan Bogor

Nama Mahasiswa : Rudi Saputra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325230

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2018

Bekasi, 16 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA. Ph.D.
NIP : 1612275

Penguji I : Dra. Rini Wijayaningsih, M. M
NIP : 031702066

Penguji II : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIP : 1602212

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIP : 1602212


Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.
NIP : 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi dan Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Asuransi kendaraan bermotor Pada PT. Mandiri AXA General Insurance Area Jakarta Selatan, Depok, dan Bogor.

ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulisorang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 29 Juni 2018

Yang membuat pernyataan,



Rudi Saputra

20141025230

ABSTRAK

Rudi Saputra. 201410325230. Skripsi dengan judul : Pengaruh Promosi dan Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada PT. Mandiri AXA General Insurance area Jakarta Selatan, Depok, dan Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi yang diterapkan oleh PT. Mandiri AXA General Insurance berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Asuransi kendaraan bermotor, perilaku konsumen berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Asuransi kendaraan bermotor pada PT. Mandiri AXA General Insurance, promosi dan perilaku konsumen secara Bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT. Mandiri AXA General Insurance. Penelitian ini dilakukan di PT. Mandiri AXA General Insurance pada bulan Maret sampai dengan Mei 2018. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif meliputi uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Berdasarkan uji instrument, indikator-indikator bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik tidak ada gejala multikolonieritas, tidak terjadi heterokedastisitas, dan data berdistribusi secara normal. Koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,183 yang mempunyai arti variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel promosi dan perilaku konsumen sebesar 18,3%. Berdasarkan Hasil penelitian Regresi Linier Berganda, uji t dan uji F menunjukkan bahwa promosi dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi kendaraan bermotor PT. Mandiri AXA General Insurance.

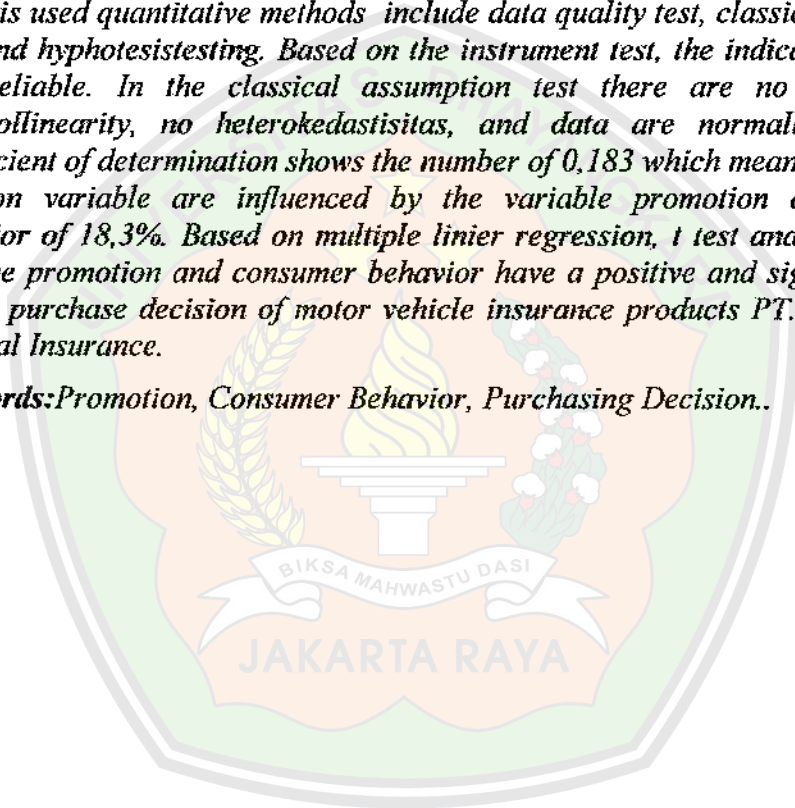
Kata kunci: promosi, perilaku konsumen, keputusan pembelian.



ABSTRACT

Rudi Saputra. 201410325230. Skripsi with title: *Influence of promotion and consumer behavior in purchasing decision on insurance products at PT. Mandiri AXA General Insurance in South Jakarta Area, Depok, and Bogor.* This study aims to determine whether the promotion is applied by PT. Mandiri AXA General Insurance has an effect on the purchasing decision of motor vehicle insurance product and also to know How Does consumer behavior have an effect on purchasing decision making product motor vehicle insurance at PT. Mandiri AXA General Insurance and knowing whether promotions and consumer behavior together have an effect on purchasing decisions. This research was conducted at PT. Mandiri AXA General Insurance from March to May 2018. The method of analysis used quantitative methods include data quality test, classical assumption test, and hypothesis testing. Based on the instrument test, the indicators are valid and reliable. In the classical assumption test there are no symptoms of multicollinearity, no heteroskedasticity, and data are normally distributed. Coefficient of determination shows the number of 0,183 which means the purchase decision variable are influenced by the variable promotion and consumer behavior of 18,3%. Based on multiple linear regression, t test and f test showed that the promotion and consumer behavior have a positive and significant effect on the purchase decision of motor vehicle insurance products PT. Mandiri AXA General Insurance.

Keywords: Promotion, Consumer Behavior, Purchasing Decision..



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Tugas Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn) Dr.Drs.H. Bambang Karsono, SH, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Rorim Panday, MM, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, SE. M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Drs. Soehardi, MBA. Ph. D, dan M. Fadhli Nursal, SE. M.M selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi.
5. Pihak PT. Mandiri AXA General Insurance yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang diperlukan.
6. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
7. Keluarga Besar 8C Manajemen Angkatan 2014 yang telah banyak membantu dan memotivasi dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir/Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 29 Juni 2018

Penulis

Rudi Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
2.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1 Bentuk yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan	12
2.1.2 Tahap-tahap proses Keputusan Pembelian	13
2.2 Promosi	16
2.2.1 Manfaat Promosi.....	17
2.2.2 Tujuan Promosi.....	18
2.2.3 Elemen – Elemen Promosi	19
2.2.4 Strategi Pengeluaran Promosi	24
2.3 Asuransi	27
2.3.1 Manfaat Asuransi.....	29
2.4 Perilaku Konsumen	30
2.4.1 Variabel – variable Perilaku Konsumen	32
2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	33
2.5 Penelitian Terdahulu	37
2.6 Kerangka Berpikir.....	39
2.7 Hipotesis Penelitian	40
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 42
3.1 Desain Penelitian.....	42
3.2 Tahapan Penelitian.....	42

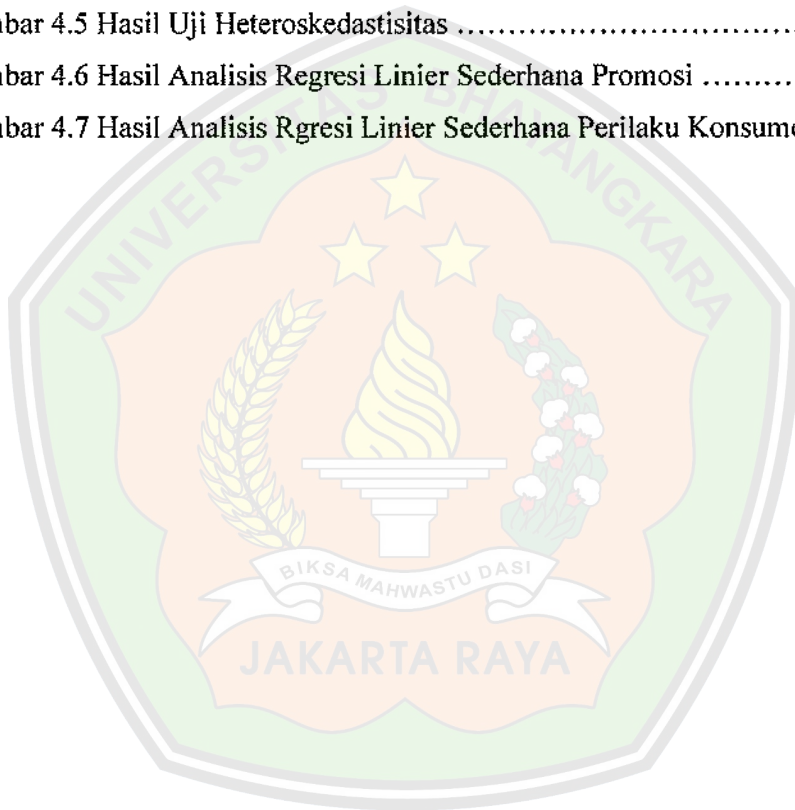
3.3	Model Konseptual Penelitian	44
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	44
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	46
3.7	Metode Analisis Data.....	48
3.7.1	Uji Kuesioner.....	48
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	50
3.7.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	52
3.7.4	Analisis Regresi Berganda.....	53
3.7.5	Uji Hipotesis	54
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
4.1	Profil Perusahaan	57
4.2	Deskripsi Data.....	58
4.2.1	Penyebaran Kuesioner	59
4.2.2	Identitas Responden.....	60
4.2	Uji Kuesioner.....	63
4.2.1	Uji Validitas	63
4.2.1	Uji Reliabilitas	66
4.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	69
4.4	Pengujian Asumsi Klasik	70
4.4.1	Uji Normalitas	70
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	74
4.4.3	Uji Autokorelasi.....	75
4.4.4	Uji Heterokodastisitas.....	76
4.5	Analisis Regresi Linier Sederhana	77
4.6	Analisis Regresi Berganda	80
4.7	Pengujian Hipotesis.....	82
4.7.1	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	82
4.7.2	Hasil Secara Parsial	83
4.7.3	Hasil Secara Simultan.....	84
4.8	Pembahasan Hipotesis.....	85
4.8.1	Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.8.2	Variabel Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.8.3	Variabel Promosi dan Perilaku Konsumen secara Bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.9	Hambatan Penelitian	88
BAB V	PENUTUP	90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Implikasi Manajerial	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Pengambilan Keputusan	15
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	39
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Model Konseptual.....	44
Gambar 4.1 Digram Responden Berdasarkan Usia	67
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan.....	63
Gambar 4.3 Histogram Uji Normalitas	72
Gambar 4.4 Plot Normalitas	72
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Gambar 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Promosi	80
Gambar 4.7 Hasil Analisis Rgresi Linier Sederhana Perilaku Konsumen	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Claim Asuransi PT. Mandiri AXA General Insurance	5
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel.....	46
Tabel 3.1 Matrik Variabel dalam Definisi Operasional dan Indikator	38
Tabel 3.2 Bobot Kriteria Skala Likert	47
Tabel 4.1 Proses Penyebaran Kuesioner.....	60
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Promosi	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Promosi	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumen.....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83
Tabel 4.16 Hasil Uji t	84
Tabel 4.17 Hasil Uji F	86

