

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI JIWA PENDIDIKAN
PADA AJB BUMI PUTRA 1912 PEKANBARU
CABANG SUKAJADI**

SKRIPSI



Oleh:

KONI'AH
NIM:11071203962

**PROGRAM S.I
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2014**

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI JIWA PENDIDIKAN
PADA AJB BUMI PUTRA 1912 PEKANBARU
CABANG SUKAJADI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mengikuti Ujian Oral
Comprehensive Strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**



Oleh:

**KONI'AH
NIM:11071203962**

**PROGRAM S.I
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2014**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : KONT'AH
NIM : 11071203962
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI JiWA
PENDIDIKAN PADA AJB. BUMI PUTERA 1912
PEKANBARU CABANG SUKAJADI

PANITIA PENGUJI

KETUA



Drs. H. Zamharil Yahya, MM
NIP. 19520615 198103 1 003

SEKRETARIS



Marwivah
NIP. 19810719 200901 2009

ANGGOTA

PENGUJI I



Irien Violinda Anggriani, SE., M.Si
NIP. 19751106 200710 2 003

PENGUJI II



Sahwitri Triandani, SE., M.Si
NIP. 19820806 200604 2 002

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI JiWA PENDIDIKAN PADA AJB BUMIPUTERA 1912 PEKANBARU CABANG SUKAJADI

KONI'AH

NIM : 11071203962

Penelitian ini dilakukan pada AJB. Bumiputera 1912 yang berlokasi di Jalan Arifin Ahmad. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada AJB Bumiputera 1912 Pekanbaru Cabang Sukajadi, Penelitian ini menggunakan 3 yaitu variabel independen Promosi (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Keputusan pembelian sebagai variabel dependennya (Y). Setelah dilakukan tinjauan pustaka, dan penyusunan hipotesis, data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada 98 responden yang telah melakukan pembelian Asuransi jiwa Bersama bumiputera 1912 dengan menggunakan teknik non Probability Sampling. Sedangkan analisis dilakukan dengan pengolahan data menggunakan SPSS 17.0 for windows. Kemudian dilakukan analisis dengan data yang ada menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji f dan uji t dan koefisien determinasi.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Promosi, Kualitas Pelayanan

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum, wr. Wb.

Alhamdulillahirabbilalamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, berkah, dan karunia-Nya beserta kasih sayang kepada kita semua, khususnya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat beriring salam kita hadiahkan kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW. “Allaahumma shalli‘alaa sayyidinaa Muhammad.Wa‘alaa aali sayyidinaa Muhammad”.Yang telah memberikan perubahan besar dalam kehidupan manusia, membawa manusia dari zaman kebodohan hingga zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang seperti kita rasakan saat ini.

Dalam kesempatan ini, penulis telah menyelesaikan sebuah karya ilmiah atau skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa Pendidikan pada AJB bumiputera 1912 Pekanbaru Cabang Sukajadi” yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini kepada:

1. Skripsi ini ananda persembahkan khusus kepada Ayahanda AHD. Zen, dan Ibunda tercinta Maryati.S. Terima kasih atas segala cinta, kasih

sayang, do'a, dan inspirasi serta dukungan maupun material, spiritual, moral, yang tak akan dapat ananda balas, yang selama ini tercurah kepada ananda sehingga ananda masih tetap semangat mengemban amanat yang diberikan untuk menyelesaikan pendidikan hingga jenjang perguruan tinggi. Ananda selalu berdoa kepada Allah SWT agar Ayahanda dan Ibunda senantiasa diberi kesehatan dan umur panjang serta selalu dalam lindungan Allah SWT.

2. Bapak Prof. Dr.M Munzir Hitami MA selaku Rektor UIN SUSKA RIAU beserta staf Universitas Islam Negeri SUSKA Riau.
3. Bapak Dr. Mahendra Romus, SP,M,Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSka Riau.
4. Bapak Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSka Riau.
5. Bapak Mulia Sosiady, SE, MM, Ak selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSka Riau.
6. Ibu Nurlasera, SE, M. Si selaku Dosen pembimbing yang sudah banyak memberikan bimbingan dan didikannya bantuan dan masukan serta arahan selama penulis menyusun skripsi ini dengan sempurna.
7. Bapak M Rachmadi SE, MM selaku dosen konsultasi yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal.
8. Bapak Ferizal Rachmad SE, MM selaku Penasehat Akademis yang telah memberikan motivasi dan bimbingan serta suportnya, arahan selama perkuliahan penulis.

9. Kepada para dosen bapak dan ibu beserta staf dan karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri SUSKA Riau yang telah memberikan ilmu yang berharga kepada penulis selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
10. Buat Pimpinan beserta Karyawan dan Staf AJB bumiputera 1912 Pekanbaru Cabang sukajadi yang telah membantu penulis memperoleh data yang sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Buat Keluarga Besar ananda khususnya Abang tersayang Nurhadi, Rosadi, M. Samsir, Rifa'i, dan Kakak tercinta Umi Kalsum, Dewi, Suharti, serta buat Teristimewa Adik Rofik, adik Azka, adik Alfia, dan buat Ayah Supriadi, serta keluarga didaerah-daerah lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, Do'a, dorongan dan Semangat, baik dari segi moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi yaitu, rian, ono, oji, sadri, herizal, wawan, irawan, tia, tika, sida fitri, yusni, uyun, dan seluruh teman-teman satu angkatan 2010 khususnya lokal Reguler Khusus yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, saran, bantuan serta do'a dalam penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga semua bantuan, dukungan dan do'a yang telah diberikan menjadi amal baik serta mendapat ridho dan balasan dari Allah SWT.

14. Sahabatku Nikmatul Marati, Fitri R, Tia Lastia Sutika Endang DPA, Fitriansyah, Sadri Kurniawan, Sulastri, dan teman-teman di kos terimakasih atas kasih sayang kalian selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dan bermanfaat dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivator untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Amin yaa Rabbal 'Alamiin..*

Pekanbaru, Juni 2014
Penulis

KONI'AH

DAFTAR ISI

ABSTRAKS	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian & Manfaat Penelitian	6
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Asuransi	9
2.1.2 Pengertian Pemasaran	10
2.1.3 Konsep pemasaran	11
2.1.4 Bauran Pemasaran	11
2.1.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)	12
2.1.6 Perbedaan Barang dengan Jasa	16
2.2 Promosi	17
2.2.1 Pengertian Promosi	17
2.2.2 Tujuan Promosi	18
2.2.3 Bauran promosi	20
2.2.4 Jenis-Jenis Promosi	21
2.2.5 <i>Advertising</i> (Iklan)	22
2.2.6 <i>Personal Selling</i> (Penjualan Pribadi)	22
2.2.7 <i>Hubungan masyarakat</i> (<i>Public Relation</i>)	23
2.2.8 <i>Promosi Penjualan</i> (Sales Promotion)	23
2.2.9 <i>Pemasaran Langsung</i> (<i>direct marketing</i>)	23
2.3 Kualitas Pelayanan	24
2.3.1. Berwujud	25
2.3.2. Reliability	25
2.3.3. Responsiveness	26
2.3.5. Assurance	26
2.3.5. Empathy	26
2.4 Pengertian Keputusan Pembelian	27
2.4.1. Proses Pengambilan Keputusan	24
2.4.2. Konsep Keputusan Pembelian	28
2.4.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	31
2.4.4. Hubungan Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	34

2.5	Pandangan Islam Tentang Pemasaran dan Pembelian	36
2.6	Penelitian Terdahulu	38
2.7	Hipotesis.....	39
2.8	Kerangka Berfikir.....	40
2.9	Variabel Penelitian	41
2.10	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Lokasi dan Waktu penelitian.....	43
3.2	Populasi dan Sample	43
3.3	Jenis dan Sumber Data	43
3.4	Metode Pengumpulan Data	44
3.5	Skala Pengukuran.....	45
3.6	Analisis Kualitas Data.....	46
3.7	Uji Asumsi Klasik	48
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.9	Uji Hipotesis	50
3.10	Koefisien Determinasi.....	51
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1	Sejarah Perusahaan.....	53
4.2	Visi Dan Misi Perusahaan.....	54
4.3	Struktur Organisas Perusahaan	56
4.4	Aktivitas Perusahaan	58
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	61
5.2	Deskripsi variable Penelitian.....	63
5.3	Uji Validitas dan Reabilitas	68
5.4	Uji Normalitas	70
5.5	Uji Asumsi Klasik.....	71
5.6	Regresi Linear Berganda.....	73
5.7	Uji Hipotesis	77
5.8	Pembahasan	79
BAB VI	PENUTUP	
6.1	Kesimpulan	88
6.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
BIOGRAFI		