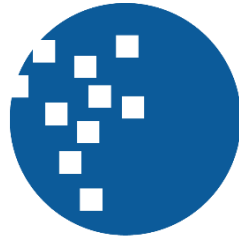


**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS  
ASURANSI PT ASURANSI ALLIANZ  
LIFE INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**CHRISTIAN ALDI**

**00000027829**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2022**

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS  
ASURANSI PT ASURANSI ALLIANZ  
LIFE INDONESIA**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**CHRISTIAN ALDI IRAWAN**

**00000027829**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Christian Aldi Irawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000027829

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI PT ASURANSI ALLIANZ  
LIFE INDONESIA**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 21 Juni 2022



(Christian Aldi Irawan)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI PT ASURANSI ALLIANZ  
LIFE INDONESIA**

Oleh  
Nama : Christian Aldi Irawan  
NIM : 00000027829  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 21 Juni 2022  
Pukul 09.30 s.d 10.45 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Mujiono, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0315108802

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.

NIDN 0304039001

Pembimbing

Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.

NIDN 0303056102

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Harv Perdana, S.Ikom., M.Si.

NIDN 0308117706

Digitall signed by

Fakhriy Dinansyah

Date: 22.07.04

20:12:02 +07'00'

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christian Aldi Irawan

NIM : 00000027829

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI PT ASURANSI ALLIANZ  
LIFE INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 21 Juni 2022

Yang menyatakan,

  
(Christian Aldi Irawan)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

**“PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI PT ASURANSI ALLIANZ LIFE INDONESIA”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Eko Hadi Saputro, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan, kritik dan saran sehingga saya dapat menyempurnakan skripsi saya.
6. Bapak Mujiono, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Sidang yang telah memimpin dan memastikan sidang dapat berjalan dengan baik serta memberikan masukan, kritik dan saran atas terselesainya skripsi ini.

7. Joceline yang selalu mendukung, menyemangati dan menemani saya hingga larut malam selama pengerjaan skripsi ini.
8. Papa, Mama, dan Kakak yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
9. Ellys, Felicia, Meisy, Stella dan teman-teman semua yang selalu membantu, mendukung, dan memotivasi sehingga skripsi dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
10. Mba Eni yang selalu mendukung dan membantu penulis selama menyelesaikan skripsi.
11. Choki dan Kei yang selalu menemani sepanjang hari selama pengerjaan skripsi.

Penulis sadar bahwa skripsi yang telah disusun ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran untuk memperbaiki kekurangan tersebut. Besar harapan penulis agar laporan ini dapat menjadi manfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 15 Juni 2022



(Christian Aldi Irawan)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

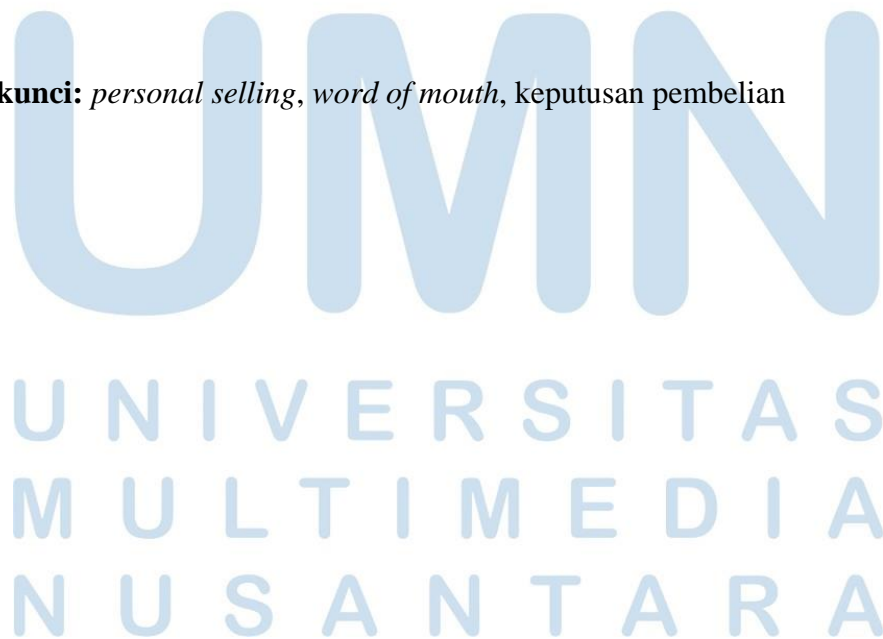
# **PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI ALLIANZ**

Christian Aldi Irawan

## **ABSTRAK**

Rendahnya tingkat literasi keuangan di Indonesia menjadi hambatan bagi masyarakat untuk memiliki kehidupan yang sejahtera secara ekonomi. Terdapat empat aspek penting yang diperlukan dalam literasi keuangan, yaitu penganggaran, tabungan, investasi, dan asuransi. PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Best Life Insurance 2021 memiliki target dalam meningkatkan jumlah nasabahnya menjadi 13 juta. Asuransi yang merupakan *unsought products* memerlukan kampanye pemasaran yang agresif seperti teknik penjualan salah satunya *personal selling* karena adanya ketidaksadaran konsumen terhadap produk atau keinginan untuk memutuskan membeli produk. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *personal selling* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian polis asuransi Allianz. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey kepada 250 responden, dengan teknik pengambilan sampel *snowball sampling*, dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan *R Square* sebesar 0,703 yang berarti pengaruh *personal selling* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian polis asuransi Allianz sebesar 70,3%.

**Kata kunci:** *personal selling*, *word of mouth*, keputusan pembelian





***THE EFFECT OF PERSONAL SELLING AND WORD OF MOUTH ON THE PURCHASING DECISION OF ALLIANZ INSURANCE POLICY***

Christian Aldi Irawan

***ABSTRACT***

*The low level of financial literacy in Indonesia is an obstacle for people to have an economically prosperous life. There are four important aspects needed in financial literacy, namely budgeting, savings, investment, and insurance. PT Allianz Life Indonesia Insurance as the Best Life Insurance 2021 has a target in increasing the number of its customers to 13 million. Insurance which is an unsought product requires an aggressive marketing campaign such as sales techniques, one of which is personal selling due to consumers' unawareness of the product or the desire to decide to buy the product. Therefore, the purpose of this study is to determine the influence of personal selling and word of mouth on the purchase decision of Allianz insurance policies. This study used a quantitative approach with a survey method to 250 respondents, with a snowball sampling technique, and was analyzed using multiple linear regression. Based on the results of the study, it was found that R Square was 0.703 which means the influence of personal selling and word of mouth on the purchase decision of Allianz insurance policies at 70.3%.*

***Keywords:*** *personal selling, word of mouth, purchase decision*

UMMN

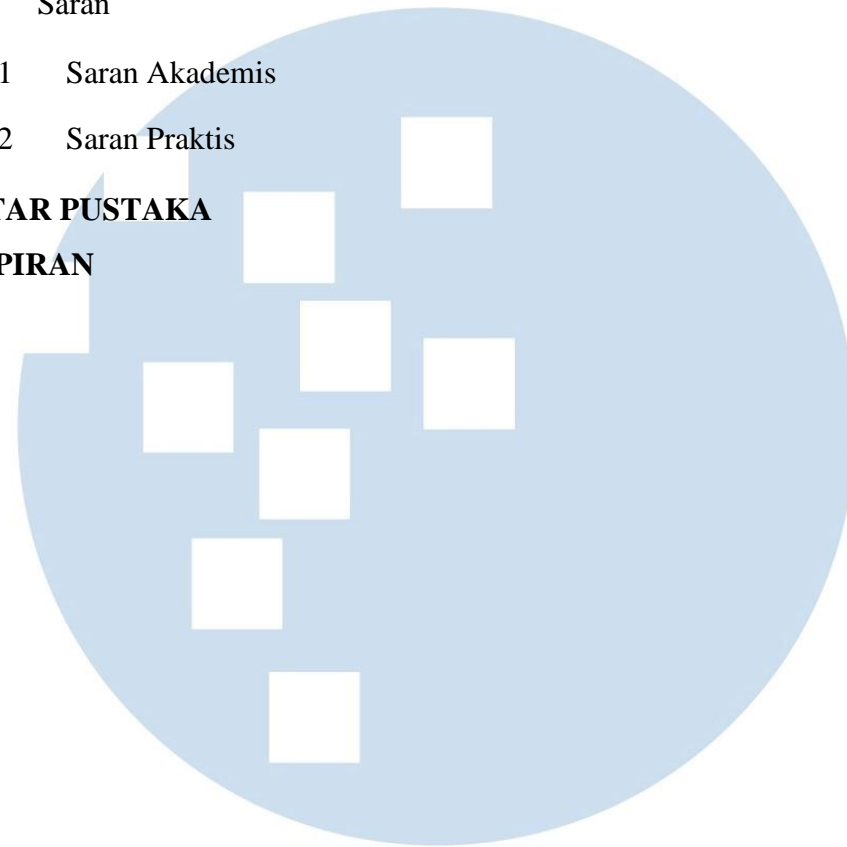
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.5.3 Keterbatasan Penelitian	8
<b>BAB II KERANGKA KONSEPTUAL</b>	<b>9</b>
2.2 Teori dan Konsep	20
2.2.1 <i>Marketing</i>	20
2.2.2 <i>Marketing Communication</i>	23
2.2.3 <i>Personal Selling</i>	25
2.2.4 <i>Word of Mouth</i>	31

2.2.5	Teori Perilaku Konsumen	33
2.2.6	Keputusan Pembelian	38
2.2.7	Hubungan antara <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.2.8	Hubungan antara <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	44
2.3	Hipotesis Teoritis	44
2.4	Alur Penelitian	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		<b>46</b>
3.1	Jenis dan Sifat Penelitian	46
3.2	Metode Penelitian	46
3.3	Populasi dan Sampel	47
3.3.1	Populasi	47
3.3.2	Sampel	48
3.4	Operasionalisasi Variabel	50
3.5	Teknik Pengumpulan Data	66
3.5.1	Data Primer	66
3.5.2	Data Sekunder	66
3.6	Teknik Pengukuran Data	66
3.6.1	Uji Validitas	67
3.6.2	Uji Reliabilitas	70
3.7	Teknik Analisis Data	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		<b>74</b>
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	74
4.1.1	Subjek Penelitian	74
4.2	Hasil Penelitian	77
4.3	Pembahasan	93

<b>BAB V SIMPULAN</b>	<b>99</b>
5.1    Simpulan	99
5.2    Saran	100
5.2.1    Saran Akademis	100
5.2.2    Saran Praktis	101
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>108</b>



**UMMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	50
Tabel 3.2 Uji Validitas .....	67
Tabel 4.1 Skala Interval .....	81
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Personal Selling (X1).....	82
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Word of Mouth (X2).....	84
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	86

UMMN

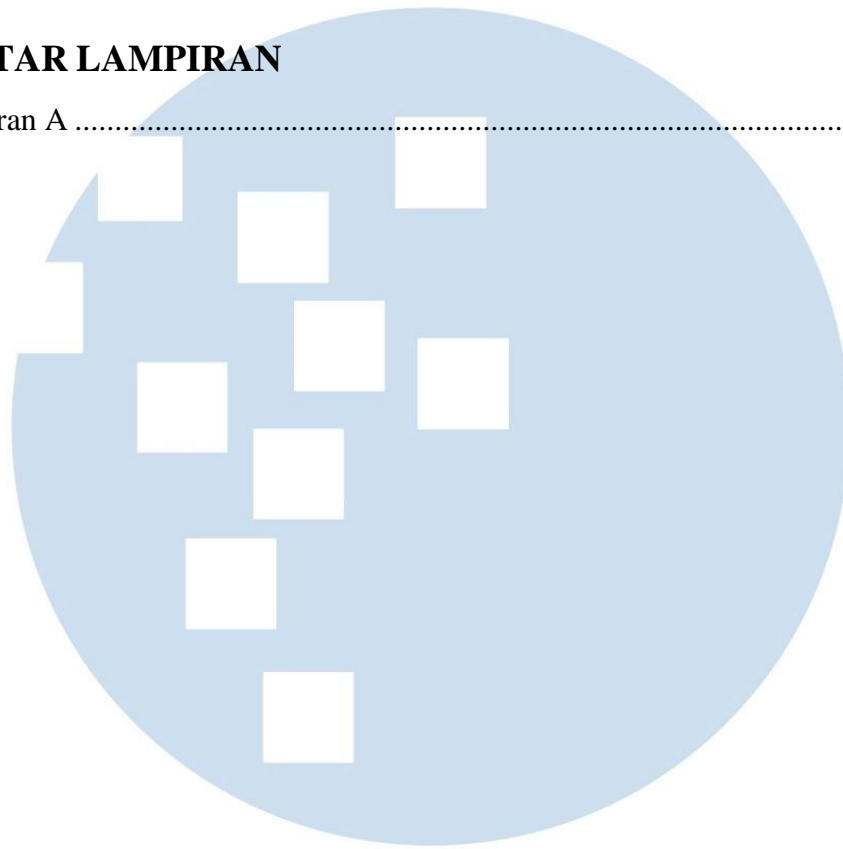
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Asuransi Jiwa di Beberapa Negara 2020 .....	1
Gambar 1.2 Penetrasi & Densitas Asuransi di Indonesia, 2018-2021 .....	2
Gambar 1.3 Statistika Perasuransian Indonesia 2020 .....	4
Gambar 2.1 <i>Customer Behaviour Model</i> .....	34
Gambar 2.2 <i>Purchase Decision Process</i> .....	39
Gambar 2.3 Alur Penelitian.....	45
Gambar 3.1 Hasil Uji Reliabilitas Personal Selling (X1).....	70
Gambar 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Word of Mouth (X2).....	70
Gambar 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (X3).....	71
Gambar 4.1 Pendapatan Premi 15 Perusahaan Asuransi 2020.....	76
Gambar 4.2 Pendapatan Premi 15 Perusahaan Asuransi 2021.....	77
Gambar 4.3 Data Jenis Kelamin Responden.....	78
Gambar 4.4 Data Umur Responden .....	79
Gambar 4.5 Data Pekerjaan Responden.....	79
Gambar 4.6 Data Pendapatan Responden .....	80
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov .....	88
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	88
Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	89
Gambar 4.10 Hasil Uji F .....	90
Gambar 4.11 Hasil Uji t .....	91
Gambar 4.12 Model Summary .....	93
Gambar 4.13 Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	96
Gambar 4.14 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	96

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A ..... 108



**UMMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA