



Hak cipta dan penggunaan kembali:

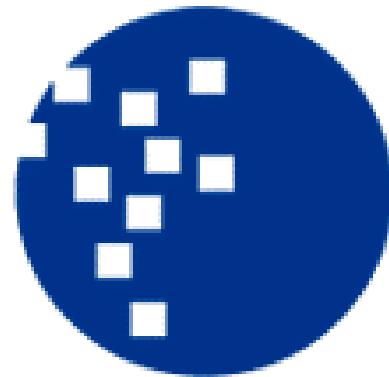
Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DAN
KREDIBILITAS AGEN ASURANSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI :
Survei Pada Nasabah PT Prudential Life Assurance di Jakarta**

SKRIPSI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Melissa Adelina
11140110219

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2015**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di daftar pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh dan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh siap DICABUT.

Tangerang, 23 Januari 2015

Melissa Adelina

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh Komunikasi Antarpribadi dan Kredibilitas Agen Asuransi Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Survei Pada Nasabah PT Prudential Life Assurance di Jakarta”

oleh

Melissa Adelina

Telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 11 Februari 2015, pukul 08:30 s.d. 10:30 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Mediana Handayani, S.Sos., M.Si.

Penguji Ahli

Dra. Joice Caroll Siagian, M.Si.

Dosen Pembimbing

Dra. Mathilda Agnes Maria Wowor, M.Si.

Disahkan Oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi - UMN

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN



“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.”

Filipi 4:13

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Papa, Mama, dan Yohanes yang selalu menjadi motivasi bagiku.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas kasihNya yang begitu besar dan melimpah dalam hidup saya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh Komunikasi Antarpribadi dan Kredibilitas Agen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian Asuransi”. Dalam penelitian ini peneliti tidak akan mampu menyelesaikan semuanya tanpa dukungan dan peran orang-orang hebat dibalik peneliti, oleh sebab itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Mathilda Agnes Maria Wowor, M.Si. selaku pembimbing skripsi peneliti yang banyak memberikan saran dan masukan kepada peneliti selama proses penggerjaan skripsi berlangsung, berkat kesabaran dan ilmu-ilmu yang diberikan beliau maka peneliti pada akhirnya mampu merampungkan skripsi ini menjadi salah satu karya ilmiah.
2. Segenap dosen Universitas Multimedia Nusantara yang juga turut memberikan masukan kepada peneliti selama proses penelitian, ucapan khusus juga ingin peneliti sampaikan kepada Ibu Puspitasari yang bersedia memberikan konseling dan bimbingan ditengah-tengah kesibukannya.
3. Ibu Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si. selaku kaprodi dan dosen mata kuliah seminar proposal yang juga turut andil bagi peneliti dalam memberikan masukan dan saran.

4. Papa dan mama, yang selalu menjadi motivasi bagi penulis dan atas dukungan, cinta, dan kebaikannya yang tidak habis-habis bagi peneliti, sehingga peneliti mampu menyelesaikan pendidikan strata satu nya ini.
5. Seseorang teman, sahabat, kekasih, dan partner (Yohanes) yang telah bersedia memberikan dukungan berupa waktu dan tenaga, yang membantu peneliti untuk merampungkan skripsi ini.
6. Untuk saudara-saudara dan teman-teman yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu namun dukungan dan semangatnya sangat membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap teman-teman dari PT Prudential Life Assurance yang telah bersedia membantu peneliti selama proses penelitian.

Dan pada akhirnya peneliti hanya berharap agar skripsi ini dapat berguna dan menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi siapapun yang membacanya, lebih dari itu semoga hasil penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat dan orang banyak.

Tangerang, 23 Januari 2015

Melissa Adelina

ABSTRAK

Meningkatnya persaingan di dalam bisnis asuransi membuat banyak perusahaan asuransi harus mempersiapkan berbagai strategi untuk bertahan dalam industrinya. Agen asuransi bagi sebuah perusahaan asuransi merupakan *front liner* atau gerbang utama untuk dapat memenangkan persaingan asuransi dewasa ini. Mararaknya persaingan di bisnis asuransi, nama asuransi yang kurang baik untuk diterima di masyarakat, serta kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya asuransi sebagai salah satu pemenuhan rasa aman mereka menjadikan perusahaan asuransi harus mulai bersaing untuk memperebutkan pasar.

Pengurangan ketidakpastian akan nama asuransi yang sudah dinilai buruk di masyarakat dinilai sebagai salah satu cara yang dapat digunakan untuk memenangkan kembali persaingan di bisnis asuransi. Hal-hal yang terkait dalam pengurangan ketidakpastian ini dapat diterapkan dengan cara berkomunikasi, pasalnya dengan komunikasi orang mampu membuat jarak/*gap* yang ada menjadi semakin sedikit, tidak jarang komunikasi antarpribadi antara agen dan nasabah harus diterapkan guna memberikan kepastian bagi calon nasabah akan produk yang dipilihnya. Di samping itu, pentingnya kredibilitas yang dimiliki agen juga akan mempengaruhi seberapa besar calon nasabah untuk memutuskan membeli produk kepada agen yang bersangkutan, hal ini karena kredibilitas komunikator juga mengambil andil dalam mengurangi ketidakpastian yang ada dibenak para calon nasabahnya.

Penelitian dengan judul “Pengaruh Komunikasi Antarpribadi dan Kredibilitas Agen Asuransi Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi” ini bertujuan untuk melihat adakah pengaruh komunikasi antarpribadi dan kredibilitas agen asuransi dalam mempengaruhi keputusan pembelian nasabah. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model deskriptif dengan jenis data kuantitatif dan instrumen penelitian berupa penyebaran kuisioner. Responden penelitian adalah para nasabah yang telah membeli polis dari salah satu dari 4 orang agen PT Prudential Life Assurance yang memiliki posisi/pangkat diperusahaan yang bersangkutan.

Dari hasil penelitian ditemukan hasil variabel X1 (komunikasi antarpribadi) dan X2 (kredibilitas agen) mempengaruhi Y (keputusan pembelian) hal ini dapat dibuktikan melalui hasil kuisioner yang disebarluaskan dan bukti berupa data dalam analisis penelitian.

Kata kunci : Komunikasi Antarpribadi, KAP, Kredibilitas Komunikator, Keputusan Pembelian, Asuransi, PT Prudential Life Assurance, agen, nasabah.

ABSTRACT

Increasing the competition in insurance business make the insurance company prepare lot of strategy to survive in insurance industry. Insurance agent for insurance company is the front liner or main gate to win the competition nowday. Competition in insurance business makes the insurance brand become bad to accept in society, then the indonesian people awareness of insurance as they compliance of safety is low, makes the insurance company compete to win the market.

Uncertainty reduction of insurance brand that already bad in society assessed as one of the way to win back the competition in insurance business. One of the way to reduce the uncertainty was communication, because with communication people can reduce the gap between other. Not often interpersonal communication between agent and consumer need to do to give certainty for consumer to chose the product. Beside that agent credibility was important in affect the consumer decide to buy the produt or not, because the communicator credibility take the part to reduce the uncertainty in consumer mind.

This research with title “Pengaruh Komunikasi Antarprabadi dan Kredibilitas Agen Asuransi Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi” is to look is there any effect with interpersonal communication and insurance agent credibility in influencing consumer decision, the model in this research was descriptive with quantitative data and the instrument was questioner, the respondent was the consumer that already buy the product from one of four prudential life assurance agent that already have the position in the company.

From the result of this research that found, Y (buying decision) affected by variable X1 (interpersonal communication) and X2 (credibility of agent). It can be proved by the result of questionnaire which diffused and evidences from data in analysis research.

Keywords : Interpersonal Communication, KAP, Communicator Credibility, Buying Decision, Insurance, Pridential Life Assurance, Agent, Client.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Teoretis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.2 Kerangka Teori	19

2.2.1 Komunikasi	19
2.2.1.1 Komunikasi Antarpribadi	22
2.2.1.2 Tahap-Tahap Hubungan Antarpribadi	24
2.2.1.3 Komunikasi Antarpribadi yang Efektif	26
2.2.2 Kredibilitas	34
2.2.2.1 Ethos	34
2.2.2.1.1 Dimensi-Dimensi Ethos	35
2.2.2.2 Pathos	42
2.2.2.3 Logos	42
2.2.2.4 Kredibilitas Komunikator	43
2.2.3 Asuransi	44
2.2.4 Agen Asuransi	45
2.2.5 Keputusan Pembelian	47
2.2.6 Uncertainty Reduction Theory	50
2.2.6.1 Asumsi Teori Pengurangan Ketidakpastian	54
2.2.6.2 Aksioma Teori Pengurangan Ketidakpastian	58
2.3 Hipotesis	62
2.4 Kerangka Konsep	63
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	64
3.1.1 Jenis Penelitian	64
3.1.2 Sifat Penelitian	64

3.2 Metode Penelitian	65
3.3 Populasi dan Sampel	65
3.3.1 Populasi	65
3.3.2 Sampel	67
3.4 Operasionalisasi Variabel	68
3.5 Teknik Pengumpulan Data	71
3.6 Teknik Pengukuran Data	72
3.7 Teknik Analisis Data	74
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	74
3.7.2 Analisis Regresi Ganda	76
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Objek Penelitian	80
4.2 Hasil Analisis	82
4.3 Pembahasan	110
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	118
5.2.1 Saran Praktis	118
5.2.2 Saran Akademis	119

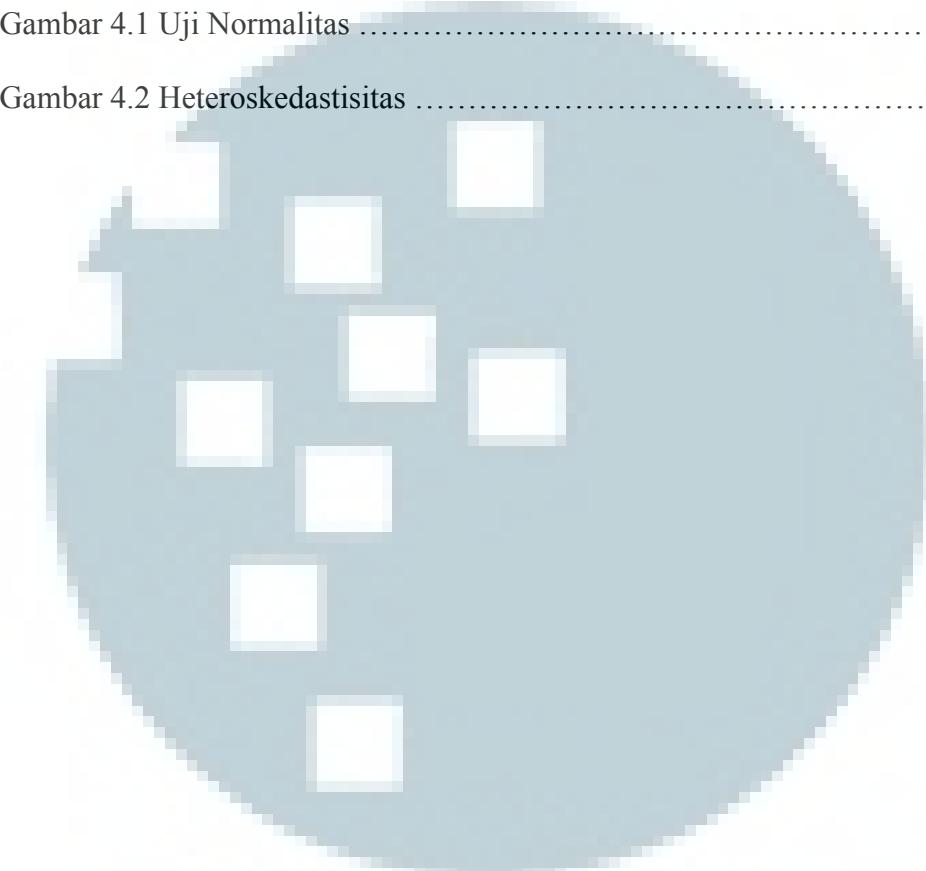
DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas Komunikasi Antarpribadi	83
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Kredibilitas Agen	85
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Reabilitas	88
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	90
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	91
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	92
Tabel 4.9 Karakteristik Deskriptif Komunikasi Antarpribadi	94
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Kredibilitas Agen	96
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	98
Tabel 4.12 Korelasi	100
Tabel 4.13 Multikolinearitas	101
Tabel 4.14 Uji F	104
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi Ganda	105
Tabel 4.16 Uji Koefisien Korelasi Komunikasi Antarpribadi	106
Tabel 4.17 Uji Koefisien Korelasi Kredibilitas Agen	107
Tabel 4.18 Uji Koefisien Korelasi KAP dan Kredibilitas Agen	108
Tabel 4.19 Uji $-t$	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Normalitas	99
Gambar 4.2 Heteroskedastisitas	102



UMN

LAMPIRAN

1. Formulir Konsultasi Skripsi
2. Kuisioner
3. *Output* Validitas dan Reabilitas Komunikasi Antarpribadi
4. *Output* Validitas dan Reabilitas Kredibilitas Agen
5. *Output* Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian
6. *Output* Karakteristik Responden (Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan, Pekerjaan)
7. *Output* Analisis Data (Normalitas, Multikolinearitas, Korelasi, Heteroskedasitas, Uji F)
8. *Output* Koefisien Determinasi Ganda (Uji $-t$)
9. *Output* Koefisien Korelasi
10. *Output* X1
11. *Output* X2
12. *Output* Y
13. Daftar Riwayat Hidup

PENGARUH KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DAN
KREDIBILITAS AGEN ASURANSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI :
Survei Pada Nasabah PT Prudential Life Assurance di Jakarta

SKRIPSI



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Melissa Adelina
11140110219

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2015

THE INFLUENCE OF INTERPERSONAL
COMMUNICATION AND INSURANCE AGENT
CREDIBILITY TO ASSURANCE BUYING
DECISION :

Survey to Prudential Life Assurance Client in Jakarta

THESIS



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

This Thesis Submitted to Multimedia Nusantara University, Science of Communication Studies Program, As a Part of The Requirements to Obtain a Degree of Bachelor of Communication Studies (S.I.Kom.)

Melissa Adelina
11140110219

SCIENCE OF COMMUNICATION STUDIES PROGRAM
CONCENTRATION PUBLIC RELATIONS FACULTY OF
COMMUNICATION
MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY
2015