

**PENGARUH *SERVICE DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
POLIS ASURANSI JIWA DAN KEPUASAN NASABAH
PADA PT AXA FINANCIAL INDONESIA CABANG SURABAYA DARMO**

SKRIPSI



PRO PATRIA

Oleh :

IKA MAULIDYA PUSPASARI

NIM: 01212092

PROGRAM STUDI MANAJEMEN - FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NAROTAMASURABAYA

2016

**PENGARUH SERVICE DELIVERY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
POLIS ASURANSI JIWA DAN KEPUASAN NASABAH
PADA PT AXA FINANCIAL INDONESIA CABANG SURABAYA DARMO**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi*



Oleh :
**PRO PATRIA
IKA MAULIDYA PUSPASARI**
NIM: 01212092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN - FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NARDOTAMASURABAYA**

2016

SURATPERNYATAAN

Yangbertandatangandibawahini:

Nama : Ika Maulidya Puspasari
NIM : 01212092
Fakultas :Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

DenganinimenyatakanbahwaSkripsiyangsaya susun denganjudul:

Pengaruh *Service Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Jiwa Dan Kepuasan Nasabah Pada PT AXA Financial Indonesia Cabang Surabaya Darmo

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsiorang

lain.Apabilakemudianharipernyataansayatidakbenar,makasayabersediamenerima sanksiakademis yangberlaku (dicabutpredikatkelulusandangelarkesarjanannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakann bilamana diperlukan.

Surabaya,01 Agustus 2016

Pembuat Pernyataan,

Ika Maulidya Puspasari
NIM: 01212092

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
POLIS ASURANSI JIWA DAN KEPUASAN NASABAH
PADA PT AXA FINANCIAL INDONESIA CABANG SURABAYA DARMO

DIAJUKAN OLEH:

IKA MAULIDYA PUSPASARI

NIM: 01212092

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



(AGUS SUKOCO, ST,MM)

TANGGAL 02 Agustus 2016

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(I GEDE ARIMBAWA, SE, MM)

TANGGAL 02 Agustus 2016

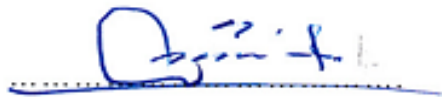
TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI SABTU, TANGGAL 06AGUSTUS 2016

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Delivery* Terhadap Keputusan
Pembelian Polis Asuransi Jiwa Dan Kepuasan Nasabah
Pada PT AXA Financial Indonesia Cabang Surabaya
Darmo

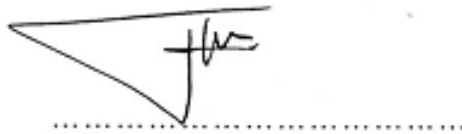
Disusun Oleh : Ika Maulidya Puspasari
NIM : 01212092
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Manajemen
PerguruanTinggi : UniversitasNarotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

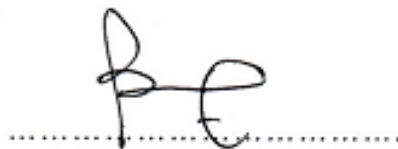
1. Dr. Wahyudiono, SE, MM.



2. Agus Sukoco, ST, MM.



3. Dr. Reswanda, SPi, MM.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Maulidya Puspasari
NIM : 01212092
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jeniskarya : Skripsi

Demikian pengembalian ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh *Service Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Jiwa Dan Kepuasan Nasabah Pada PT AXA Financial Indonesia Cabang Surabaya Darmo

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01 Agustus 2016
Pembuat Pernyataan,

Ika Maulidya Puspasari
NIM: 01212092

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Jiwa Dan Kepuasan Nasabah Pada PT AXA Financial Indonesia Cabang Surabaya Darmo. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Agus Sukoco., ST., MM selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak I Gede Arimbawa., SE., MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya
3. Bapak Dr. Reswanda T Ade., SE., MM selaku dosen penguji 1 (satu) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi saya.
4. Bapak Dr. Wahyudiono, MM selaku dosen penguji 2 (dua) yang juga banyak membantu memberikan masukan di dalam perbaikan skripsi
5. Bapak/Ibu dosen, staf, karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya, yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, serta penulis berharap semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Surabaya, 01 Agustus 2016

Ika Maulidya Puspasari

ABSTRAK

PENGARUH *SERVICE DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI JIWA DAN KEPUASAN NASABAH PADA PT AXA FINANCIAL INDONESIA CABANG SURABAYA DARMO

Oleh:

Ika Maulidya Puspasari

Dosen Pembimbing:

Agus Sukoco, ST,MM

PT AXA Financial Indonesia adalah salah satu perusahaan asuransi jiwa yang menawarkan serangkaian produk jasa keuangan untuk perusahaan atau individu dalam bentuk asuransi jiwa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service delivery* (*people, process, dan physical evidence*) terhadap keputusan pembelian polis, pengaruh *service delivery* (*people, process, dan physical evidence*) terhadap kepuasan nasabah, dan pengaruh *service delivery* (*people, process, dan physical evidence*) terhadap kepuasan nasabah melalui keputusan pembelian polis. Metode analisis yang digunakan adalah *path analysis*, dengan prosedur *purposive sampling* dan jumlah sample yang ditetapkan sebanyak 50 responden. Analisis menunjukkan bahwa *service delivery* (*people, process, dan physical evidence*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian polis. Hasil tersebut memiliki arti, semakin baik penerapan *service delivery* (*people, process, dan physical evidence*) maka tingkat keputusan pembelian akan semakin tinggi. *Service delivery* (*people, process, dan physical evidence*) juga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui keputusan pembelian polis. Artinya, semakin baik penerapan *service delivery*, maka melalui keputusan pembelian polis tingkat kepuasan nasabah yang diperoleh juga semakin tinggi.

Kata kunci: *Service delivery* (*people, process, dan physical evidence*), keputusan pembelian, kepuasan nasabah.

ABSTRACT

SERVICE DELIVERY EFFECT ON THE DECISION TO PURCHASE INSURANCE POLICY AND CUSTOMER SATISFACTION IN PT AXA FINANCIAL INDONESIA SURABAYA BRANCH DARMO

By:
IkaMaulidyaPuspasari

Advisor Lecturer:
AgusSukoco, ST,MM

PT AXA Financial Indonesia is one of the life insurance company that offers a wide range of financial services products to companies or individuals in the form of life insurance. This study aims to determine the effect of the service delivery (people, process and physical evidence) against the decision of purchasing the policy, the influence of service delivery (people, process and physical evidence) on customer satisfaction, and the influence service delivery (people, process and physical evidence) on customer satisfaction through the purchase of the policy decision. The analytical method used is path analysis, with purposive sampling procedures and the number of sample set of 50 respondents. Analysis shows that the service delivery (people, process and physical evidence) and significant positive effect on purchasing decisions policy. These results have meaning, the better application of the service delivery (people, process and physical evidence) then the rate will be higher purchasing decisions. Service delivery (people, process and physical evidence) also expressed positive and significant impact on customer satisfaction through the purchase of the policy decision. That is, the better the application of the service delivery, then through the purchase decision policyholder obtained customer satisfaction rate is also higher.

Keywords: *Service delivery* (people , process and physical evidence) , purchasing decisions , customer satisfaction .

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	viii
HALAMAN ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakang.....	1
1.2 PerumusanMasalah.....	6
1.3 TujuanPenelitian.....	7
1.4 ManfaatPenelitian.....	7
1.4.1 ManfaatTeoritis	7
1.4.2 ManfaatPraktis.....	8
1.5 BatasanPenelitian.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 PenelitianTerdahulu.....	9
2.2 RerangkaTeori	13
2.2.1 PengertianPemasaran	13
2.2.2 Marketing Mix	13
2.2.3 ServiceDelivery	14
2.2.4Pengertian Jasa	18
2.2.5KeputusanPembelian	19
2.2.6KepuasanNasabah.....	21
2.3 KerangkaKonsepPenelitian.....	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 PendekatanPenelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.3 Jenis dan SumberPengambilan Data.....	27
3.3.1 Jenis Data.....	27
3.3.2 Sumber Data	28
3.4 Variabel dan DefinisiOperasional.....	28
3.4.1 DefinisiOperasionalVariabel	28
3.4.2 IndikatorVariabel.....	30
3.5 TeknikAnalisa Data	31
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.5.2 PathAnalisis	19

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Operasional.....	
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT AXA Financial Indonesia	36
4.1.2 Visi dan Misi	38
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	38
4.2.1 Karakteristik Responden.....	38
4.2.2 Profil Jawaban Responden.....	40
4.3 Hasil Analisa Data	46
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	46
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	49
4.3.3 Path Analisis	50
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.4.1 Pembahasan Pengaruh Langsung Model 1	54
4.4.2 Pembahasan Pengaruh Langsung Model 2	55
4.4.3 Pembahasan Pengaruh Tidak Langsung Model 1 & 2	56
4.4.4 Pembahasan Pengaruh Model 1 (X1, X2, X3 terhadap y1).....	57
4.4.5 Pembahasan Pengaruh Model 2 (X1, X2, X3 terhadap y2).....	57

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60

DAFTAR PUSTAKA	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	62
LAMPIRAN	63



DAFTAR TABEL

BAB I : TABEL 1	
1.1 Laporan Laba Rugi	3
1.2 Laporan Aset.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	7
BAB II : TABEL 2	
2.1 Matrik Penelitian Terdahulu	11
BAB III : TABEL 3	
3.1 Definisi Operasional Variabel	29
3.2 Indikator Variabel.....	30
BAB IV : TABEL 4	
4.1 Responden Menurut Umur	29
4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.4 Kategori Mean Masing Masing Variabel	41
4.5 Nilai Rata-rata People.....	41
4.6 Nilai Rata-rata Process	42
4.7 Nilai Rata-rata Physical Evidence	43
4.8 Nilai Rata-rata Keputusan Pembelian.....	44
4.9 Nilai Rata-rata Kepuasan Nasabah	45
4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel People.....	46
4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Process	47
4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Physical Evidence	47
4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	48
4.14 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Nasabah	48
4.15 Hasil Pengujian Realibilitas.....	49
4.16 Regresi Linier Berganda Setelah Transformasi	50
4.17 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris People, Process dan Physical Evidence.....	54
4.18 Pengaruh Antar Variabel Penelitian	58

DAFTAR GAMBAR

BAB II : GAMBAR 2	
2.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	24
BAB III : GAMBAR 3	
3.1 Gambar Struktur 1	33
3.2 Gambar Struktur 2	33



BAB V

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk menjawab pengaruh langsung atau tidak langsung variabel *People*, *Process* dan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Nasabah pada PT AXA Financial Indonesia Cabang Surabaya Darmo dalam sampel penelitian Nasabah pada PT AXA Financial Indonesia Cabang Surabaya Darmo sejumlah 50 nasabah. Pembahasan hasil penelitian menggunakan *path analysis* menunjukkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh langsung dari variabel *service delivery* terhadap keputusan pembelian polis pada 50 nasabah yang dijadikan sampel dalam penelitian.
 - (1) Kontribusi langsung *People* terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 33,2%.
 - (2) Kontribusi langsung *Process* terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 4,2%.
 - (3) Kontribusi langsung *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 4,2%.
2. Terdapat pengaruh langsung dari variabel *service delivery* terhadap kepuasan nasabah pada 50 nasabah yang dijadikan sampel dalam penelitian.
 - (1) Kontribusi langsung *People* terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebesar 38,6%.
 - (2) Kontribusi langsung *Process* terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebesar 5,5%.

(3) Kontribusi langsung *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebesar 6,8%.

3. Terdapat pengaruh tidak langsung dari variabel *service delivery* terhadap keputusan pembelian polis pada 50 nasabah yang dijadikan sampel dalam penelitian.

(1) Kontribusi tidak langsung *People* terhadap Kepuasan Nasabah melalui Keputusan Pembelian adalah sebesar 77,2%.

(2) Kontribusi tidak langsung *Process* terhadap Kepuasan Nasabah melalui Keputusan Pembelian adalah sebesar 28,9%.

(3) Kontribusi tidak langsung *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Nasabah melalui Keputusan Pembelian adalah sebesar 31,4%.

4. Kontribusi *People, Process, Physical Evidence* secara bersama-sama mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah sebesar 63,6%, sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

5. Kontribusi *People, Process, Physical Evidence* secara bersama-sama mempengaruhi Kepuasan Nasabah adalah sebesar 60,9%, sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

4.2 Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian yang telah disampaikan di atas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan harus selalu memahami dan mengembangkan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan nasabah. Oleh karena itu perusahaan hendaknya lebih mengembangkan konsep *service delivery* guna memberikan dampak yang positif kepada PT AXA Financial Indonesia Cabang Surabaya Darmo dalam meningkatkan keputusan pembelian polis asuransi jiwa dan kepuasan pada nasabah.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel independen yang lain di luar variabel *People*, *Process* dan *Physical Evidence* agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi dan dapat menggambarkan apa saja yang bisa mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Nasabah, misalnya promosi, harga, dll.
3. Secara keseluruhan *people*, *process*, dan *physical evidence* memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat keputusan pembelian dan kepuasan nasabah pada PT AXA Financial Indonesia Cabang Surabaya Darmo. Penelitian ini yang memberikan nilai terkecil adalah *process*. Oleh karena itu PT AXA Financial Indonesia Cabang Surabaya Darmo harus lebih meningkatkan peranan *process* dengan memberikan training dan pelatihan kepada karyawan agar dapat memberikan *process* yang memuaskan guna meningkatkan keputusan pembelian polis asuransi jiwa dan kepuasan nasabah yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Deliyanti Oentoro, 2012, Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta, LakBang PRESSindo.

Kotler, Philip, Amstrong, Gary, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta

Zeithaml, Valarie, Bitner&Gremler. 2009. *Services Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw Hill.

Hurriyati, Raatih. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.

Buchari, Alma. 2000. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. PenerbitAlfabet, Bandung.

Lovelock, Christopher. 2001. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*, Forth Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P & Keller. 2007. *ManajemenPemasaran*. Edisi ke duabelas. Jakarta: PT Indeks

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sarwono, Jonathan. *Mengenal Path Analysis: Sejarah, Pengertian dan Aplikasi*.

http://www.jonathansarwono.info/aj/path_analysis.htm.

Jurnal :

Fajri, Detha Alfrian, 2013, Jurnal, Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung Survei pada Bank Muamalat Cabang Malang.

Marwa, Sarifa, 2014, Jurnal, Bauran Pemasaran Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Asuransi Jiwa Individu.

Ardhaningrat, Galuh, 2013, Jurnal, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada UD. Maha Kemala di Denpasar Bali.

