

ABSTRACT

This study aimed to determine the extent of marketing costs affect the level of premium income on ILUFA EDU agency PT Commonwealth Life as one company that specializes in insurance services. The method used in this study is eksplanatory survey research methods, which aims to test the hypothesis of a single variable with another variable.

Testing data is done using a statistical analysis product moment correlation and regression analysis. Based on the results of correlation analysis, product moment correlation coefficient obtained by 0.6106. This shows that there is a positive relationship between strong enough marketing costs with the level of premium income.

Now, based on the results obtained by regression analysis the regression equation $Y = 29.917.520,25 + 3,2555X$, which can be used to determine that any increase in premium income of one is affected by the marketing costs of 3,2555.

Coefficient of Determination Through calculation of the value obtained 37.28%, which means that the level of premium income 37.28% influenced by marketing costs. While the remaining 62.72% is determined by other factors that are not revealed in this study. Thus the hypothesis that authors add that "Influence Marketing Costs Against Income Level Premiums On EDU ILUFA agency PT Commonwealth Life" unsubstantiated and acceptable.

Key words: marketing costs, premium income

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana biaya pemasaran berpengaruh terhadap tingkat pendapatan premi pada ILUFA EDU agency PT Commonwealth Life sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa asuransi jiwa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survai eksplanatory, yang bertujuan untuk menguji hipotesis antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.

Pengujian data dilakukan dengan menggunakan statistik berupa analisis korelasi product moment dan analisis regresi. Berdasarkan hasil analisis korelasi product moment diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,6106. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang cukup kuat antara biaya pemasaran dengan tingkat pendapatan premi.

Selanjutnya berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan garis regresi $Y = 29.917.520,25 + 3,2555X$, yang dapat digunakan untuk mengetahui bahwa setiap kenaikan pendapatan premi sebesar satu dipengaruhi oleh biaya pemasaran sebesar 3,2555.

Melalui perhitungan Koefisien Determinasi diperoleh nilai sebesar 37,28% yang berarti bahwa tingkat pendapatan premi 37,28% dipengaruhi oleh biaya pemasaran. Sedangkan sisanya 62,72% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap pada penelitian ini. Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan yaitu “Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Premi Pada ILUFA EDU agency PT Commonwealth Life” terbukti kebenarannya dan dapat diterima.

Kata-kata kunci: Biaya pemasaran, pendapatan premi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Tinjauan Umum Tentang Asuransi Jiwa.....	6
2.1.1.1 Pengertian Asuransi Jiwa.....	6
2.1.1.2 Prinsip Umum Asuransi Jiwa.....	7

2.1.1.3	Karakteristik Usaha Asuransi Jiwa.....	9
2.1.1.4	Peranan Asuransi Jiwa.....	10
2.1.2	Biaya Pemasaran.....	12
2.1.2.1	Pengertian Biaya.....	12
2.1.2.2	Penggolongan Biaya.....	13
2.1.2.3	Pengertian Biaya Pemasaran.....	18
2.1.2.4	Penggolongan Biaya Pemasaran.....	19
2.1.2.5	Karakteristik Biaya Pemasaran.....	21
2.1.3	Pendapatan Premi Pada Perusahaan Asuransi Jiwa.....	23
2.1.3.1	Pengertian Pendapatan.....	23
2.1.3.2	Sumber Pendapatan.....	24
2.1.3.3	Pengertian Pendapatan Premi.....	25
2.1.3.4	Sumber Pendapatan Perusahaan Asuransi Jiwa.....	26
2.2	Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.....	27
 BAB III METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Metodologi Penelitian.....	30
3.2	Populasi dan Sampel.....	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5	Alat analisis dan Pengujian Hipotesis.....	34
3.6	Objek Penelitian.....	38
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.8	Gambaran Umum Perusahaan.....	38
3.8.1	Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan.....	38
3.8.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Biaya Pemasaran ILUFA EDU Agency	
PT Commonwealth Life.....	47
4.1.2 Tingkat Pendapatan Premi ILUFA EDU Agency	
PT Commonwealth Life.....	48
4.2 Pembahasan Penelitian.....	50
4.2.1 Pengujian Hipotesis.....	50
4.2.1.1 Penetapan Hipotesis Nol.....	58
4.2.1.2 Analisis Regresi.....	59
4.2.1.3 Analisis Korelasi.....	62
4.2.1.4 Uji Signifikansi.....	63
4.2.1.5 Perhitungan Koefisien Determinasi.....	66
4.2.1.6 Perhitungan Koefisien Non Determinasi.....	66
4.2.2 Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap	
Tingkat Pendapatan Premi.....	67
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
 DAFTAR PUSTAKA.....	 70
LAMPIRAN.....	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE).....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	29

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Operasionalisasi Variabel.....34
Tabel II	Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi.....36
Tabel III	Jumlah Biaya Pemasaran Tahun 2006 – 2008.....48
Tabel IV	Jumlah Pendapatan Premi Tahun 2006 – 2008.....49
Tabel V	Pertumbuhan Biaya Pemasaran Tahun 2006.....51
Tabel VI	Pertumbuhan Biaya Pemasaran Tahun 2007.....52
Tabel VII	Pertumbuhan Biaya Pemasaran Tahun 2008.....53
Tabel VIII	Pertumbuhan Pendapatan Premi Tahun 2006.....54
Tabel IX	Pertumbuhan Pendapatan Premi Tahun 2007.....55
Tabel X	Pertumbuhan Pendapatan Premi Tahun 2008.....56
Tabel XI	Perhitungan Variabel X (Biaya Pemasaran) dan Variabel Y (Pendapatan Premi).....60

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik I	Pertumbuhan Biaya Pemasaran Tahun 2006.....51
Grafik II	Pertumbuhan Biaya Pemasaran Tahun 2007.....52
Grafik III	Pertumbuhan Biaya Pemasaran Tahun 2008.....53
Grafik IV	Pertumbuhan Pendapatan Premi Tahun 2006.....54
Grafik V	Pertumbuhan Pendapatan Premi Tahun 2007.....55
Grafik VI	Pertumbuhan Pendapatan Premi Tahun 2008.....56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Struktur Organisasi.....	72
Lampiran B Table Distribusi t Student.....	73
Lampiran C Daftar Wawancara.....	74