

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa asuransi baik secara simultan maupun secara parsial serta untuk mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap citra PT. Equity Financial Solution Cabang Cirebon.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif Analisis* yang mengkaji pengaruh variabel penelitian yaitu variabel bebas yang meliputi variabel produk ( $X_1$ ), Biaya ( $X_2$ ), Tempat pelayanan ( $X_3$ ), Program promosi ( $X_4$ ), Petugas ( $X_5$ ), Sarana fisik ( $X_6$ ) dan Prosedur ( $X_7$ ) terhadap variabel terikat yaitu citra PT. Equity Financial Solution Cabang Cirebon.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan sampel dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 200 responden, yaitu pemegang polis asuransi PT. Equity Financial Solution Cabang Cirebon. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi berganda, serta uji hipotesis yang meliputi uji F dan uji t.

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa produk ( $X_1$ ), Biaya ( $X_2$ ), Tempat pelayanan ( $X_3$ ), Program promosi ( $X_4$ ), Petugas ( $X_5$ ), Sarana fisik ( $X_6$ ) dan Prosedur ( $X_7$ ) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap citra PT. Equity Financial Solution Cabang Cirebon. Hal ini bisa dilihat dari nilai  $F_{Hitung}$  sebesar 84.074 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Besarnya nilai persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 0.754 artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel bebas sebesar 75.4% sedangkan sisanya sebesar 24.6% dipengaruhi oleh variabel lain. Secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini bisa dilihat dari nilai  $t_{Hitung}$  variabel bauran pemasaran lebih besar dari  $t_{tabel}$  yang sebesar 1,992 dan nilai signifikan sebesar 0.00 lebih kecil dari 0,05. Dari penelitian tersebut juga diketahui bahwa variabel sarana fisik (*physical evidence*) memiliki pengaruh yang dominan terhadap citra PT. Equity Financial Solution Cabang Cirebon.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran Jasa (Service Marketing Mix), Citra Perusahaan.*

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran.....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	12

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

2.1 Pengertian Marketing .....	14
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.2 Jasa.....	16
2.2.1 Pengertian Jasa.....	16
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	18

2.2.3 Klasifikasi Jasa.....	23
2.2.4 Kualitas Jasa.....	28
2.2.5 Jasa Sebagai Suatu Proses .....	31
2.2.6 Jasa Sebagai Suatu Sistem .....	33
2.3 Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa .....	35
2.4 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa.....	36
2.5 Pengertian Asuransi, Risiko dan Jenis Asuransi .....	52
2.5.1 Pengertian Asuransi .....	52
2.5.2 Resiko.....	53
2.5.3 Jenis Perasuransian .....	55
2.6 Pengertian Kedudukan dan Peranan Citra Brand	
dalam Pemasaran Jasa.....	57
2.6.1 Pengertian Kedudukan Brand.....	57
2.6.1.1 Brand Equity, Brand Identity, dan Brand Image .....	60
2.6.1.2 Proses Pembentukan Citra Perusahaan.....	63
2.6.1.3 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap	
Citra perusahaan .....	64
2.6.2 Peranan Citra Brand dalam Pemasaran Jasa .....	64
2.7 Hipotesis Penelitian.....	70

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metodologi Penelitian.....	72
3.1.1 Metode yang digunakan.....	72

3.2 Jenis Penelitian .....	73
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	74
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	75
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	77
3.6 Variabel Penelitian.....	77
3.6.1 Klasifikasi Variabel.....	77
3.6.2 Definisi Operasional Variabel .....	78
3.6.3 Operasional Variabel .....	79
3.7 Populasi dan Sampel Penelitian .....	84
3.7.1 Populasi .....	84
3.7.2 Sampel .....	84
3.8 Teknik Penarikan Sampel .....	85
3.9 Skala Pengukuran .....	86
3.10 Analisa Data .....	88
3.1.10.1 Metode Analisa Data.....	88
3.1.10.2 Langkah-langkah Analisa Data.....	88
3.11 Uji Instrumen Penelitian .....	90
3.11.1 Uji Validitas .....	90
3.11.2 Uji Reliabilitas.....	91
3.11.3 Regresi Linier Berganda .....	93

3.11.4 Koefesien Determinasi .....	95
3.12 Pengujian Hipotesis .....	96
3.12.1. Uji t.....	96
3.12.2. Uji F .....	98

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Company Profile.....	100
4.1.1 Lokasi Penelitian .....	100
4.1.2 Sejarah Singkat dan Perkembangan PT. Equity Financial Solution.....	100
4.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	102
4.2.1 Visi PT. Equity Financial Solution .....	102
4.2.2 Misi PT. Equity Financial Solution .....	102
4.2.3 Slogan PT. Equity Financial Solution.....	103
4.3 Karakteristik Umum Responden.....	103
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	103
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia. ....	104
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	105
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	106
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran perbulan .....	107

4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berapa	
Lama Dalam Menggunakan Jasa Asuransi .....	108
4.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Polis .....	109
4.3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	
Terakhir.....	110
4.3.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Infrmasi	
dalam Memilih Produk / Jasa Asuransi .....	111
4.4 Deskripsi Jawaban Responden.....	112
4.4.1 Tanggapan Pemegang Polis Asuransi Terhadap Produk.....	112
4.4.2 Tanggapan Pemegang Polis Terhadap Biaya Asuransi.....	115
4.4.3 Tanggapan Pemegang polis Terhadap Lokasi Pelayanan .....	117
4.4.4 Tanggapan Pemegang polis Terhadap Program Promosi.....	120
4.4.5 Tanggapan Pemegang Polis Terhadap Kemampuan	
Sumber Daya Manusia .....	124
4.4.6 Tanggapan Pemegang Polis Terhadap Ketersediaan	
Sarana Fisik .....	127
4.4.7 Tanggapan Pemegang Polis Terhadap Prosedur .....	129
4.4.8 Tanggapan Pemegang Polis Terhadap Citra.....	131
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	137
4.5.1 Uji Validitas .....	137
4.5.2 Uji Reliabilitas.....	142

4.6 Pengujian Hipotesa.....	145
4.6.1 Persamaan Regresi Linier Berganda .....	145
4.6.2 Uji Hipotesis .....	148
4.6.2.1 Uji Hipotesis I .....	149
4.6.2.2 Uji Hipotesis II.....	150
4.6.2.3 Uji Hipotesis III .....	151
4.6.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	155
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	156

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	161
5.2 Saran .....	163

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Informasi Media Promosi Nasabah PT. Equity Financial	
Solution.....	67
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	79
Tabel 3.2 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas .....	92
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	103
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	104
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	105
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	106
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata	
Pengeluaran Tiap Bulannya .....	107
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berapa	
Lama Dalam Menggunakan Jasa Asuransi .....	108
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Polis Asuransi .....	109
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	110
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	111
Tabel 4.10 Tingkat Kemudahan .....	112
Tabel 4.11 Keragaman Produk Asuransi .....	113
Tabel 4.12 Tingkat Keunggulan Produk Asuransi .....	114
Tabel 4.13 Informasi Verbal Sangat Mudah Dipahami .....	114
Tabel 4.14 Tingkat Keterjangkauan Biaya Premi Menjadi	
Pemegang Polis .....	115

Tabel 4.15 Biaya Bulanan / Angsuran Premi Asuransi yang Relatif	
Rendah .....	116
Tabel 4.16 Daya Tarik Biaya Asuransi .....	116
Tabel 4.17Kecukupan Jumlah Kantor Rayon .....	117
Tabel 4.18 Kestrategisan Lokasi Kantor .....	118
Tabel 4.19 Tersedianya Kantor Rayon / Pos Pelayanan.....	118
Tabel 4.20 Lokasi Dimana Memperoleh Produk Asuransi Sangat	
Mudah .....	119
Tabel 4.21 Daya Tarik Pesan Dalam Program Promosi .....	120
Tabel 4.22 Daya Tarik Dari Program Promosi Penjualan .....	120
Tabel 4.23 Keanekaragaman Media yang Digunakan .....	121
Tabel 4.24 Daya Tarik Keunggulan Dari Berbagai Produk / Jasa .....	122
Tabel 4.25 Kemampuan Petugas Asuransi Dalam	
Mempresentasikan Produk Asuransi .....	122
Tabel 4.26 Membangun Citra Perusahaan Melalui Kegiatan	
Publikasi .....	123
Tabel 4.27 Kecepatan Dan Keterampilan Pelayanan .....	124
Tabel 4.28 Petugas yang Cepat, Tanggap Terhadap Keluhan	
Pemegang Polis.....	125
Tabel 4.29 Keramahan, Kesopanan dan Keakraban Petugas	
Selama Memberikan Pelayanan .....	125
Tabel 4.30 Daya Tarik Penampilan Petugas .....	126
Tabel 4.31 Penampilan Gedung Kantor dan Halaman Parkir.....	127

Tabel 4.32 Penanganan dan Pemeliharaan Kebersihan .....	128
Tabel 4.33 Penanganan dan Pemeliharaan Keindahan (Interior) .....	128
Tabel 4.34 Prosedur Menjadi Pemegang Polis Baru .....	129
Tabel 4.35 Prosedur Penyetoran Asuransi .....	130
Tabel 4.36 Prosedur Penarikan Asuransi .....	130
Tabel 4.37 Fasilitas Pelayanan Asuransi .....	132
Tabel 4.38 Apabila Anda Ingin Menjadi Polis Asuransi Maka PT. Equity Financial Solution yang Pertama Kali Muncul Dalam Ingatan Anda .....	132
Tabel 4.39 Memberikan Pelayanan yang Sangat Memuaskan .....	133
Tabel 4.40 Saya Tidak Akan Menjadi Pemegang Polis Asuransi Selain ke PT. Equity Financial Solution Cabang Cirebon .....	134
Tabel 4.41 PT. Equity Financial Solution Cabang Cirebon Lebih Unggul Bila Dibandingkan Dengan Jasa Asuransi Lainnya .....	135
Tabel 4.42 Anda Merasa Nyaman Dengan kondisi Sekarang ini Sebagai Pemegang Polis Asuransi Flexi Safe.....	135
Tabel 4.43 Kepercayaan yang Anda Berikan Dapat Dipenuhi Oleh PT. Equity Financial Solution Cabang Cirebon.....	136
Tabel 4.44 Hasil Uji Validitas Variabel Produk .....	137
Tabel 4.45 Hasil Uji Validitas Variabel Biaya .....	138
Tabel 4.46 Hasil Uji Validitas Variabel Tempat Pelayanan.....	139
Tabel 4.47 Hasil Uji Validitas Variabel Program Promosi .....	139
Tabel 4.48 Hasil Uji Validitas Variabel Sumber Daya Manusia .....	140
Tabel 4.49 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan Sarana Fisik .....	140
Tabel 4.50 Hasil Uji Validitas Variabel Prosedur.....	141

Tabel 4.51 Hasil Uji Validitas Variabel Citra .....	142
Tabel 4.52 Kriteria Indeks Koefesien Reliabilitas .....	143
Tabel 4.53 Hasil Uji Reliabilitas.....	143
Tabel 4.54 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	146
Tabel 4.55 Nilai Koefesien beta terstandarisasi variabel Bebas .....	149
Tabel 4.56 Kefesien Korelasi parsial.....	150
Tabel 4.57 Hasil uji F.....	150

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 2.1 Marketing Mix for Service .....	50
Gambar 2.2 The Types of Marketing Service Industri .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1	Surat Pernyataan dan Kuesioner
LAMPIRAN 2	Data Kuesioner
LAMPIRAN 3	Data Kuesioner
LAMPIRAN 4	Uji Validitas
LAMPIRAN 5	Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 6	Uji Regresi Linier Berganda