

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH ASURANSI SYARIAH
ASURANSI JIWA BERSAMA BUMIPUTERA 1912 KANTOR
UNIT OPERASIONAL TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu dalam Keilmuan Ekonomi Syariah



Oleh

Dwi Wahyu Ningtyas
NIM. 2824123011

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
2016**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH ASURANSI SYARIAH
ASURANSI JIWA BERSAMA BUMIPUTERA 1912 KANTOR
UNIT OPERASIONAL TULUNGAGUNG**

SKRIPSI



Oleh

Dwi Wahyu Ningtyas
NIM. 2824123011

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung” yang ditulis oleh Dwi Wahyu Ningtyas, NIM. 2824123011 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Tulungagung, 20 Juni 2016

Pembimbing

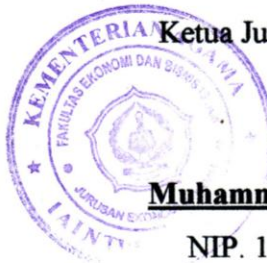


Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM

NIP. 197009011999032002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Muhammad Aswad, S.Ag., M.A

NIP. 197506142008011009

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH ASURANSI SYARIAH ASURANSI JIWA
BERSAMA BUMIPUTERA 1912 KANTOR UNIT OPERASIONAL
TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

Disusun oleh

DWI WAHYU NINGTYAS

NIM 2824123011

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 28 Juni 2016 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.)

Dewan Penguji

Ketua Penguji:

H. Dede Nurohman, M.Ag.

NIP. 197112182002121003

Penguji Utama:

Nur Aziz Muslim, M.HI.

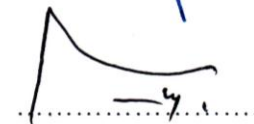
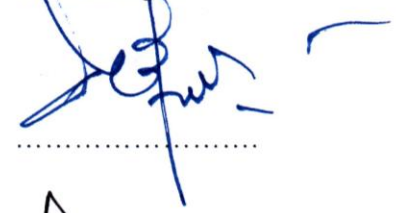
NIP. 197407162009011006

Sekretaris/Penguji:

Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM

NIP. 197009011999032002

Tanda Tangan



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Tulungagung



H. Dede Nurohman, M.Ag.

NIP. 197112182002121003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dwi Wahyu Ningtyas

NIM : 2824123011

Jurusan : Ekonomi Syariah

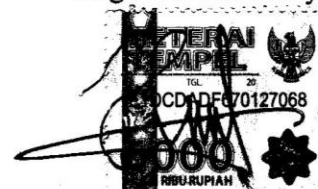
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benarbenar hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut.

Tulungagung, 20 Juni 2016

Yang Membuat Pernyataan,



DWI WAHYU NINGTYAS

NIM. 2824123011

MOTTO

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya:

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”

(QS. An-Nisaa’ ayat 9)¹

¹Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Bandung: PT Syaamir Cipta Media, 2005) hal. 78

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsiku ini untuk yang tercinta Bapak dan Ibu (Nurohman dan Masrikah) yang telah memberikan segalanya untukku

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan umatnya.

Sehubungan dengan selesainya penulisan skripsi ini maka penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Maftukhin, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Bapak H. Dede Nurohman, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Bapak Muhammad Aswad, S.Ag., M.A., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, FEBI Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Ibu Dr. Nur Aini Latifah, SE.,MM., selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian dapat terselesaikan.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen FEBI IAIN Tulungagung yang telah membimbing dan memberikan wawasannya sehingga studi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Khomaidi, S.Ag., selaku Kepala Cabang Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung.
7. Kepada kakakku tersayang (Saiful Anam) terimakasih tiada tara atas segala support yang telah diberikan selama ini.
8. Kepada seluruh keluarga besarku yang telah memberikan motivasi
9. Kepada teman-temanku seperjuangan khususnya ES “A” tahun 2012-2016 yang tak bisa disebutkan namanya satu persatu terimakasih yang tiada tara ku ucapkan.

10. Kepada seluruh temanku Alumni Gombal 1 (Gerombolan Bocah Multimedia 1), Plaza Telkom Tulungagung, dan KKN Pakisreji 1 yang telah memberikan semangat terimakasih.

11. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan laporan penelitian ini.

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah SWT dan tercatat sebagai amal shalih. Akhirnya, karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca, dengan harapan adanya saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi perbaikan. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT.

TULUNGAGUNG, 20 Juni 2016

Penulis

Dwi Wahyu Ningtyas

DAFTAR TABEL

1. Table 1.1 Perkembangan nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung.....	7
2. Table 3.1 Kisi-Kisi Instrument Penelitian.....	62
3. Table 4.1 Daftar Nama dan Jabatan Karyawan Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung.....	91
4. Table 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	93
5. Table 4.3 Usia Responden.....	93
6. Table 4.4 Pekerjaan Responden.....	94

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	57
2. Gambar 4.1 Denah Lokasi Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung.....	85
3. Gambar 4.2 Struktur Organisasi Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung.....	89
4. Gambar 4.3 Output Frequencies.....	95
5. Gambar 4.4 <i>Frequency Table</i> Produk.....	101
6. Gambar 4.5 <i>Frequency Table</i> Harga.....	102
7. Gambar 4.6 <i>Frequency Table</i> Tempat.....	103
8. Gambar 4.7 <i>Frequency Table</i> Promosi.....	104
9. Gambar 4.8 <i>Frekuensi Table</i> Keputusan Nasabah.....	105
10. Gambar 4.9 Hasil Uji Reliabilitas X_1	106
11. Gambar 4.10 Hasil Uji Reliabilitas X_2	106
12. Gambar 4.11 Hasil Uji Reliabilitas X_3	107
13. Gambar 4.12 Hasil Uji Reliabilitas X_4	107
14. Gambar 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Y.....	107
15. Gambar 4.14 Hasil Uji Validitas X_1	109
16. Gambar 4.15 Hasil Uji Validitas X_2	109
17. Gambar 4.16 Hasil Uji Validitas X_3	110
18. Gambar 4.17 Hasil Uji Validitas X_4	110
19. Gambar 4.18 Hasil Uji Validitas Y.....	111
20. Gambar 4.19 Hasil Uji Normalitas Data.....	112
21. Gambar 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	113
22. Gambar 4. 21 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	114
23. Gambar 4. 22 Hasil Uji Regresi.....	116
24. Gambar 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	118
25. Gambar 4. 24 Hasil Uji t.....	119
26. Gambar 4. 25 Hasil Uji F-test.....	123

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Pernyataan Kuesioner
2. Data Jawaban Responden
3. Outout Frequencies
4. Frekuensi Tabel
5. Uji Reliabilitas dan Validitas
6. Uji Normalitas
7. Uji Asumsi Klasik
8. Uji Regresi Berganda
9. Uji Koefisien Determinasi
10. Uji t
11. Uji F
12. Surat Ijin Penelitian
13. Surat Keterangan Penelitian
14. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
15. Daftar Riwayat Hidup
16. Bukti Kendali Bimbingan
17. Rekap Kendali Bimbingan

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung” ini ditulis oleh Dwi Wahyu Ningtyas, NIM. 2824123011, pembimbing Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya lembaga asuransi, baik asuransi konvensional ataupun asuransi syariah maka Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 perlu memasarkan terus produknya. Proses bauran pemasaran sangat penting dilakukan oleh lembaga asuransi untuk menunjukkan keberadaannya sebagai lembaga perasuransian kepada masyarakat. Hal ini disebabkan banyaknya masyarakat yang belum mengenal dan mengetahui produk-produk yang dikembangkan asuransi syariah dan system yang diterapkan asuransi syariah. Oleh sebab itu penelitian ini mengangkat permasalahan tentang bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi) terhadap keputusan nasabah memilih Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung. Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi) terhadap keputusan nasabah memilih Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah mitra iqra plus dan tabungan hari tua di Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 yang berjumlah 3.120 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Sampel penelitiannya adalah 97 responden. Tahap selanjutnya data kuesioner dianalisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,546 + 0,214 (X_1) + 0,357 (X_2) + 0,115 (X_3) + 0,071 (X_4)$$

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa produk (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Harga (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Tempat (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah. Promosi (X_4) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah. Selanjutnya melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel produk, harga, tempat, dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,371 menunjukkan bahwa 37,1% variasi keputusan nasabah bisa dijelaskan oleh ke empat variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 62,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar ke empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: produk, harga, tempat, promosi, dan keputusan nasabah.

ABSTRACT

The research titled "The Effect of Marketing Mix toward the Customer Decision in Choose Syari'ah Insurance of Jiwa Bersama Bumimiputera 1912 Unit Operational Office Tulungagung Insurance" is written by Dwi Wahyu Ningtyas, NIM. 2824123011, supervisor Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM.

This research was motivated by the increasing number of insurance institutions, such conventional insurance or Islamic Insurance. Then the AJB Bumiputera 1912 Islamic Insurance needs to continue to market their products. Process marketing mix is very important conducted by the insurance institution to demonstrate it's existence as the insurance institutions to the public. This is due to the many people who are not familiar with the products developed Islamic Insurance and implemented system by Islamic Insurance. Therefore, this research discusses the problem of the marketing mix (product, price, place and promotion) toward the decision of the customers in selecting AJB Bumiputera 1912 Office Operational Unit Tulungagung Islamic Insurance with the aim to determine the significant influence of marketing mix (product, price, place, and promotion) toward the customers decision inselecting Islamic Insurance of AJB Bumiputera 1912 Operational Unit Office Tulungagung.

The type of this research is quantitative research. The populations in this research are customers of Mitra Iqra Plus and annuity in AJB Bumiputera 1912 Islamic Insurance which amounts 3.120 respondents. The sampling technique is *simple random sampling*. The samples are 97 respondents. The next stage is analyzing questionnaire data with multiple linear regression which serves to prove the hypothesis of the research. The data that have met the test of validity, reliability test and classical assumption test is processed to produce a regression equation as follows:

$$Y = 4.546 + 0.214 (X_1) + 0.357 (X_2) + 0.115 (X_3) + 0.071 (X_4)$$

Hypothesis testing using t test showed that the product (X_1) partially positive and significant impact toward customer decision. Price (X_2) partially positive and significant impact toward customer decision. Place (X_3) partially positive and not significant toward customer decision. Promotion (X_4) partially positive and not significant toward customer decision. Furthermore, through the F test can be seen that the variable product, price, place and promotion simultaneously positive and significant toward customer decision. Figures *Adjusted R Square* of 0.371 indicates that 37.1% of the variation can be explained by the customer decision to four independent variables used in the regression equation. While, the remaining 62.9% explained by other variables outside the four variables used in this research.

Keywords: product, price, place, promotion, and the customer's decision.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Surat Pernyataan Keaslian Tulisan.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Prakata.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
Daftar Isi.....	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	8
1. Identifikasi Masalah.....	8
2. Pembatasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
1. Kegunaan Teoretis.....	11
2. Secara Praktis.....	11
F. Hipotesis Penelitian.....	12
G. Penegasan Istilah.....	14
1. Penegasan Konseptual.....	14
2. Penegasan Operasional.....	15
H. Sistematika Pembahasan.....	15

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori.....	18
1. Pemasaran.....	18
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	19
3. Perilaku Konsumen.....	33
4. Keputusan Konsumen.....	37
5. Asuransi Syariah.....	39
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	53
C. Kerangka Berfikir.....	56

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian.....	58
1. Pendekatan Penelitian.....	58
2. Jenis Penelitian.....	58
B. Variabel Penelitian.....	59
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	59
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	60
C. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian.....	60
1. Populasi.....	60
2. Sampel dan Sampling Penelitian.....	61
D. Kisi-Kisi Instrument.....	62
E. Instrumen Penelitian.....	66
F. Data dan Sumber Data.....	67
1. Data.....	67
2. Sumber Data.....	67
G. Teknik Pengumpulan Data.....	68
1. Kuesioner/Angket.....	68
2. Dokumentasi.....	69
3. Observasi.....	69
H. Analisis Data.....	70
1. Pengukuran Variabel.....	71
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	73

3. Uji Normalitas.....	74
4. Uji Asumsi Klasik.....	74
5. Uji Analisis Regresi Berganda.....	76
6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	77
7. Uji Hipotesis.....	77

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data.....	80
1. Gambaran Obyek Penelitian.....	80
2. Profil Responden.....	92
3. Karakteristik Responden.....	92
4. Deskripsi Data Penelitian.....	95
B. Pengujian Hipotesis.....	106
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	106
2. Uji Normalitas.....	111
3. Uji Asumsi Klasik.....	113
4. Regresi Linier Berganda.....	115
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	117
6. Uji Hipotesis.....	119

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung?.....	125
B. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung?.....	126
C. Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung?.....	128
D. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit	

Operasional Tulungagung?.....	129
E. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung?.....	130

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	132
B. Implikasi Penelitian.....	132
C. Saran.....	133
1. Bagi Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung.....	133
2. Bagi IAIN Tulungagung.....	134
3. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	134

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN