

Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER

Salam Sejahtera

Responden yang Terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir, saya mahasiswa Program Studi Ilmu Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Personal Selling* Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi PT BNI Life Insurance Cabang Denpasar”**

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mengharapkan bantuan saudara untuk bersedia mengisi kuesioner penelitian ini dengan menjawab setiap pernyataan yang terdapat di kuesioner penelitian ini dengan baik. Atas perhatian dan partisipasi saudara dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian :

1. Daftar pertanyaan di bawah ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyelesaian studi.
2. Jawablah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan pendapat bapak/ibu/saudara(i) dan sesuai dengan keadaan yang dialami.

Data Umum Responden

1. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
2. Usia Anda saat ini : 17-25 Tahun 26-35 tahun
 36-45 tahun 46-55 tahun
3. Media Online yang Digunakan : Handphone / Komputer

(Centang salah satunya)

DAFTAR PERTANYAAN

Dengan keterangan pengisian lembar pertanyaan sebagai berikut:

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu- Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Personal selling (X1)

No	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Tenaga penjual memberikan kesan ramah dan sopan pada saat menjelaskan latar belakang perusahaan					
2.	Tenaga penjual memperkenalkan menjelaskan produk, termasuk <i>term and condition</i> dalam polis					
3.	Tenaga penjual mampu menjawab segala pertanyaan terkait dengan pertanyaan seputar produk asuransi					
4.	Tenaga penjual menanyakan kembali kepada Anda akan keputusan pembelian					

Digital marketing (X2)

No	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Anda mengetahui produk asuransi di website resmi BNI Life					

2. Anda mudah dalam menemukan produk asuransi BNI Life saat melakukan pencarian informasi di situs pencarian
3. Anda mengetahui produk BNI Life melalui iklan di Sosial Media
4. Anda mempelajari produk asuransi yang anda perlukan melalui blog/website
5. Anda mengetahui BNI Life melalui media sosial

Keputusan pembelian (Y)

No	Pertanyaan	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Dengan mengenali / mengidentifikasi kebutuhan akan jaminan perlindungan untuk harta benda anda, kemudian anda memutuskan untuk melakukan pembelian produk					
2.	Sebelum melakukan pembelian polis asuransi, anda merasa perlu aktif mencari informasi mengenai produk yang ditawarkan					
3.	Setelah mendapatkan informasi tentang jaminan perlindungan asuransi harta benda anda, Anda merasa perlu untuk mengevaluasi dan mempertimbangkan dengan teliti sebelum mengambil keputusan					
4.	Anda merasa puas dengan pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh BNI Life yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan anda, dan Anda akan melakukan pembelian ulang untuk produk yang berbeda					

5. Anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BNI Life, mulai dari proses penjualan sampai penanganan klaim Anda
6. Anda melakukan evaluasi karena niat untuk menggunakan produk BNI Life yang disukai mengacu pada manfaat dan atribut produk
7. Anda merasa puas setelah menjadi nasabah BNI Life



Lampiran 2. Hasil Kuesioner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 tahun	26	26.0	26.0	26.0
	26-35 tahun	39	39.0	39.0	65.0
	36-45 tahun	29	29.0	29.0	94.0
	46-55 tahun	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Media Online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	HANDPHONE	82	82.0	82.0	82.0
	KOMPUTER	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

Correlations

		<i>Personal selling</i>	<i>Personal selling</i>	<i>Personal selling</i>	<i>Personal selling</i>	TOTALX1
<i>Personal selling</i>	Pearson Correlation	1	.128	.049	.244 [*]	.533 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.204	.628	.015	.000
	N	100	100	100	100	100
<i>Personal selling</i>	Pearson Correlation	.128	1	.276 ^{**}	.280 ^{**}	.674 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.204		.005	.005	.000
	N	100	100	100	100	100
<i>Personal selling</i>	Pearson Correlation	.049	.276 ^{**}	1	.251 [*]	.624 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.628	.005		.012	.000
	N	100	100	100	100	100
<i>Personal selling</i>	Pearson Correlation	.244 [*]	.280 ^{**}	.251 [*]	1	.709 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.015	.005	.012		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTALX1	Pearson Correlation	.533 ^{**}	.674 ^{**}	.624 ^{**}	.709 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations					
		Digital marketing	Digital marketing	Digital marketing	Digital marketing	Digital marketing	TOTALX2
Digital marketing	Pearson Correlation	1	.407**	.318**	.201*	.322**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.044	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Digital marketing	Pearson Correlation	.407**	1	.361**	.240*	.343**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.016	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Digital marketing	Pearson Correlation	.318**	.361**	1	.176	.327**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.080	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Digital marketing	Pearson Correlation	.201*	.240*	.176	1	.286**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.044	.016	.080		.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Digital marketing	Pearson Correlation	.322**	.343**	.327**	.286**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.004		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTALX2	Pearson Correlation	.662**	.712**	.669**	.572**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.874	16

Lampiran 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.22438571
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.063
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



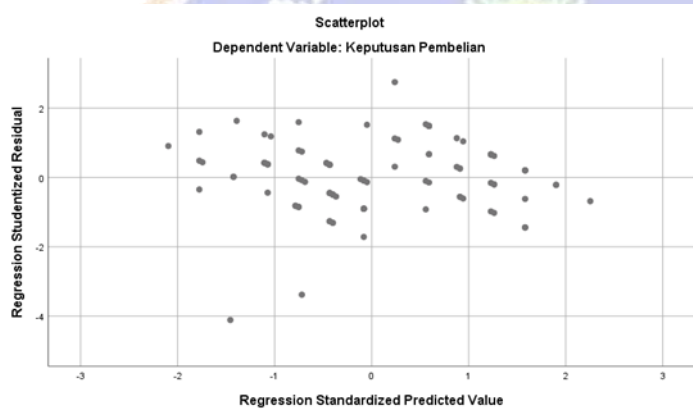
Lampiran 7. Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.947	1.597		.593	.554		
	<i>Personal selling</i>	.559	.120	.396	4.678	.000	.536	1.866
	<i>Digital marketing</i>	.507	.092	.467	5.517	.000	.536	1.866

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Lampiran 8. Uji Heterokedastisitas



Lampiran 9. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

R
.792 ^a

- a. Predictors: (Constant), *Digital marketing*, *Personal selling*
 b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Lampiran 10. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standar
		B	Std. Error	Coefficient
1	(Constant)	.947	1.597	
	<i>Personal selling</i>	.559	.120	
	<i>Digital marketing</i>	.507	.092	

- a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Lampiran 11. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square
1	Regression	249.827	2	124.914
	Residual	148.413	97	1.530
	Total	398.240	99	

- a. Dependent Variable: Keputusan pembelian
 b. Predictors: (Constant), *Digital marketing*, *Personal selling*



		Correlations							
		Keputusan pembelian	Keputusan pembelian	Keputusan pembelian	Keputusan pembelian	Keputusan pembelian	Keputusan pembelian	Keputusan pembelian	TOTALY
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	1	.459**	.411**	.530**	.405**	.269**	.434**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	.459**	1	.029	.198*	.249*	.266**	.182	.538**
	Sig. (2-tailed)	.000		.774	.048	.013	.007	.071	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	.411**	.029	1	.520**	.417**	.196	.244*	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.774		.000	.000	.050	.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	.530**	.198*	.520**	1	.474**	.225*	.322**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.048	.000		.000	.024	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	.405**	.249*	.417**	.474**	1	.243*	.293**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.000	.000		.015	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	.269**	.266**	.196	.225*	.243*	1	.181	.339**
	Sig. (2-tailed)	.007	.007	.050	.024	.015		.071	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	.434**	.182	.244*	.322**	.293**	.181	1	.424**
	Sig. (2-tailed)	.000	.071	.014	.001	.003	.071		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTALY	Pearson Correlation	.811**	.538**	.665**	.788**	.715**	.339**	.424**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627	.620	1.237



RIWAYAT HIDUP



Bariocha Benaya lahir di Denpasar pada tanggal 08 Agustus 1992. Penulis dilahirkan dari pasangan suami istri yaitu Ayah Erie Harsono dan Ibu I G A Sri Pancawati P. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Kristen Protestan. Penulis kini bertempat tinggal di Kota Denpasar, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2004 di SDN 06 Gianyar, menyelesaikan sekolah menengah pertama pada tahun 2007 di SMPN 1 Gianyar, menyelesaikan sekolah menengah atas pada tahun 2010 di SMAN 1 Gianyar, menyelesaikan S1 jurusan Manajemen di Universitas Udayana pada tahun 2014 dan menyelesaikan S2 jurusan manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha pada tahun 2024.

