

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI PT BNI
LIFE INSURANCE CABANG DENPASAR**

TESIS

**OLEH
BARIOCHA BENAYA BRENDANA PUTRA
NIM 2029131039**



**PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
2024**

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI PT BNI
LIFE INSURANCE CABANG DENPASAR**

TESIS

Diajukan kepada

**Universitas Pendidikan Ganesha
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Program Studi Ilmu Manajemen**

OLEH

BARIOCHA BENAYA BRENDANA PUTRA

NIM 2029131039



**PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis oleh Bariocha Benaya Brendana Putra ini telah diperiksa dan disetujui untuk memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen

Singaraja, 15 Februari 2024
Pembimbing I



Trianasari, M.M., Ph.D CHE
NIP. 197006062002122002

Pembimbing II



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001



LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Tesis oleh Bariocha Benaya Brendana Putra ini telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Program Studi Ilmu Manajemen Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Singaraja, 15 Februari 2024

oleh

Tim Penguji



Ketua (Trianasari, M.M., Ph.D CHE)
NIP. 197006062002122002



Anggota (Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si)
NIP. 197611102014042001



Anggota (Prof. Putu Indah Rahmawati, M.Bus., Ph.D.)
NIP. 198002172002122001



Anggota (Dr. Ni Made Suci, M.Si.)
NIP. 196810291993032001

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana Undiksha,



Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd.

NIP 195910101986031003

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah, serta etika akademis.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Denpasar, 15 Februari 2024

Yang memberi pernyataan,



Bariocha Benaya Brendana Putra

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karna berkat anugrahNya, sehingga tesis yang berjudul: “Pengaruh *Personal selling* Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan pembelian Polis Asuransi PT BNI Life Insurance Cabang Denpasar” dapat diselesaikan sesuai dengan yang direncanakan.

Tesis ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha pada Program Studi Ilmu Manajemen. terselesaikannya tesis ini telah banyak memperoleh uluran tangan dari berbagai pihak. Untuk itu, ijin penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut.

1. Trianasari, M.M.,Ph.D CHE sebagai pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi yang demikian bermakna, sehingga penulis mampu melewati berbagai hambatan dalam perjalanan studi dan penyelesaian tesis ini;
2. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si, sebagai pembimbing II, yang telah memberi motivasi, dan harapan penulis selama penelitian dan penulisan naskah laporan tesis ini, sehingga tesis ini dapat terwujud dengan baik sesuai harapan;
3. Prof.Putu Indah Rahmawati, M.Bis., Ph.D., Dr. Ni Made Suci, M.Si., Ak dan Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., sebagai penguji yang telah banyak memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan tesis ini;
4. Koordinator Program Studi dan staf dosen pengajar yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis selama penyusunan tesis ini;
5. Direktur Pascasarjana Undiksha dan staf, yang telah banyak membantu selama penulis menyelesaikan tesis ini;
6. Rektor Universitas Pendidikan Ganesha, yang telah memberikan bantuan secara moral dan memfasilitasi berbagai kepentingan penulis dalam menyelesaikan tesis in;
7. Rekan-rekan seangkatan di Program Studi Ilmu Manajemen yang dengan karakternya masing-masing telah memberi support;
8. Kedua orangtua, istri saya Ni Made Novia Susanti dan anak saya Geona Hana Nayavia yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dorongan moral dan doa terbaik untuk saya selama penyusunan tesis ini.

Semoga semua bantuan yang telah mereka berikan dalam menyelesaikan studi ini, mereka diberkati imbalan yang sepadan oleh Tuhan Yang Maha Esa, kesehatan, dan keharmonian dalam menjalani kehidupan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini belum sempurna. Namun, kehadirannya dalam konstelasi masyarakat akademis akan menambah perbendaharaan ilmu dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Semoga tesis ini bermanfaat bagi masyarakat akademis.

Singaraja, 15 Februari 2024

Penulis



DAFTAR ISI	
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I PENDAHULUAN	6
1.1 Latar Belakang Masalah	6
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Pembatasan Masalah.....	17
1.4 Rumusan Masalah.....	17
1.5 Tujuan Penelitian	18
1.6 Manfaat Peneliatian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Kajian Teori	20
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	20
2.1.2 Promosi	21
2.1.3 <i>Personal selling</i>	25
2.1.4 <i>Digital marketing</i>	30
2.1.5 Keputusan pembelian	39
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	42
2.3 Kerangka Berpikir.....	44
2.4 Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.3 Variabel Penelitian.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5 Instrumen Penelitian	54
3.6 Metode Analisis Data.....	54
3.6.1 Analisis Deskriptif	55
3.6.2 Uji Instrumen Penelitian	55
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	56

3.7 Uji Hipotesis	57
3.7.1 Uji Simultan (Uji F)	57
3.7.2 Uji Regresi Parsial (Uji T)	58
3.8 Uji Pengaruh	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Deskripsi Identitas Responden Penelitian	59
4.1.2 Uji instrumen penelitian	62
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis	69
4.1.5 Hasil Uji Pengaruh	71
4.2 Pembahasan	72
4.2.1 Pengaruh <i>personal selling</i> terhadap keputusan pembelian	72
4.2.2 Pengaruh <i>digital marketing</i> terhadap keputusan pembelian	76
4.2.3 <i>Personal selling</i> dan <i>digital marketing</i> secara simultan terhadap keputusan pembelian	80
BAB V PENUTUP	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
Lampiran	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Perusahaan Asuransi Umum	7
Tabel 1.2 Jumlah nasabah BNI Life Cabang Denpasar	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Usia	60
Tabel 4.3 Media Online.....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan.....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Parsial.....	70
Tabel 4.10 Hasil analisis koefisien determinasi (R^2)	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan pembelian.....	40
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	44
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	89
Lampiran 2. Hasil Kuesioner	93
Lampiran 3. Deskripsi Identitas Responden Penelitian	93
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	94
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	95
Lampiran 6. Uji Normalitas	95
Lampiran 7. Multikolinearitas.....	96
Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas	96
Lampiran 9. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	97
Lampiran 10. Uji Regresi Parsial (Uji t)	97
Lampiran 11. Uji Simultan (Uji F).....	97
Lampiran 12. Riwayat Hidup.....	99

