

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KARAKTERISTIK PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MITRA IQRA'**

(Studi Kasus Pada Nasabah AJB Bumiputera Syariah Kantor Cabang Semarang)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

WAHUDI AKMAL

122411185

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2016

Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.

NIP. 19570913 198203 1 002

Jl. Pelem Kweni No. 8 Rt/Rw 07/02 Tambakaji Ngaliyan Semarang

Heny Yuningrum, SE., M.Si.

NIP. 19810609 200710 2 005

Tanjungsari Rt/Rw 07/05 Tambakaji Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 (eksemplar).

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Wahudi Akmal

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Wahudi Akmal

NIM : 122411185

Judul : **Pengaruh *Personal Selling* Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mitra Iqra' (Studi Kasus Pada Nasabah AJB Bumiputera Syariah Kantor Cabang Semarang)**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 9 November 2016

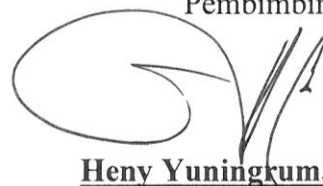
Pembimbing I



Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.

NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing II



Heny Yuningrum, SE., M.Si.

NIP. 19810609 200710 2 005



PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Wahudi Akmal

NIM : 122411185

Judul : Pengaruh *Personal Selling* Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mitra Iqra' (Studi Kasus Pada Nasabah AJB Bumiputera Syariah Kantor Cabang Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaud/Baik/Cukup, pada tanggal:

13 Desember 2016

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dalam Ilmu Ekonomi Islam tahun akademik 2016/2017.

Semarang, 14 Desember 2016

Ketua Sidang

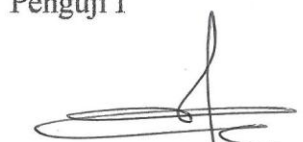
Sekretaris Sidang


Mohammad Nadzir, SHL., M.Si.
NIP. 19730923 200312 1 002

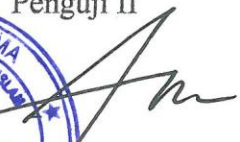

Heny Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji I

Penguji II

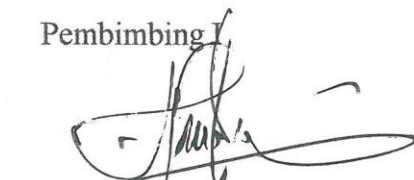

Dr. H. Muchlish, M.Si.
NIP. 19610117 198803 1 002





H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag.
NIP. 19670119 199803 1 002

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.
NIP. 19570913 198203 1 002


Heny Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609200710 2 005

MOTTO

لَهُر مَعْقَبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ ۗ يُحَفِّظُونَهُر مِّنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا
بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُر وَمَا لَهُم مِّنْ

دُونِهِ ۗ مِنْ وَآلٍ ﴿١١﴾

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

QS. Ar-Ra’d: 11

PERSEMBAHAN

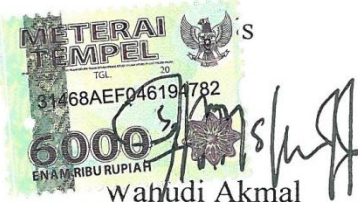
Dengan segenap hati, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua Orang tuaku, Bapak H. Masran dan Ibu Masniah yang telah mendidik dan membesarkanku, yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik berupa moril maupun materiil.
2. Saudara-saudaraku tercinta Kakak Anisatur Rodliyah dan Wahyudin Akmal.
3. Bapak H. Syamsuddin dan Ibu Uswatun Hasanah, yang menjadi orang tua keduaku selama di Semarang.
4. Keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
5. Untuk sahabat-sahabatku yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
6. Untuk teman-teman EI angkatan 2012, terutama keluarga besar EIC 2012.
7. Untuk Dojo Miftahul Janah Shorinji Kempo UIN Walisongo Semarang, semoga lebih maju dan berprestasi.
8. Untuk teman-teman KKN Posko 51 Desa Mojoagung, Pucakwangi, Pati.
9. Untuk teman-teman Pondok Darul Ulum, tetap semangat dalam berproses.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 9 November 2016


METERAI
TEMPEL
TCL
31468AEF046194782
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Wahudi Akmal
NIM.122411185

ABSTRAK

Seiring berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia, banyak perusahaan dan lembaga keuangan membentuk unit usaha syariah guna memperluas pangsa pasarnya. Pada dasarnya keputusan pembelian atas suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor internal seperti kebutuhan konsumen itu sendiri. Seorang konsumen akan melihat dan mengevaluasi suatu produk berdasarkan pada karakteristik atau atribut dari produk tersebut. Dengan memperhatikan sifat dan karakteristik produk, agar strategi pemasaran lebih efektif, maka pemasaran diterapkan dengan basis *personal selling*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *Personal Selling* Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mitra Iqra' pada AJB Bumiputera Syariah Kantor Cabang Semarang.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dimana terdapat dua variabel bebas yaitu *personal selling* (X1) dan karakteristik produk (X2), serta variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Populasi pada penelitian ini adalah nasabah atau pemegang polis produk Mitra Iqra'. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster sampling*. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner. Sedangkan data dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0,296X1 + 0,469X2$, variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu karakteristik produk (0,469) diikuti oleh variabel *personal selling* (0,296). Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *personal selling* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Mitra Iqra' dengan nilai t hitungnya sebesar 4,989 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karakteristik produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Mitra Iqra' dengan nilai t hitung sebesar 6,831 dengan tingkat signifikansi 0,000. hasil Uji simultan menunjukkan bahwa *personal selling* dan karakteristik produk berpengaruh terhadap keputusan produk Mitra Iqra' dengan nilai F sebesar 59,977.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Karakteristik Produk dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Personal Selling* dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mitra Iqra’ (Studi Kasus Pada Nasabah AJB Bumiputera Syariah Kantor Cabang Semarang)”.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar strata 1 (S1) jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. H. Ahmad Furqon, Lc, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam
4. Drs. Hasyim Sarbani, MM. selaku pembimbing I dan Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Segenap keluarga penulis, Ayah, Ibu dan Saudara.
7. segenap karyawan AJB Bumiputera Syariah kantor cabang semarang yang telah memberikan izin dan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Segenap nasabah AJB Bumiputera syariah yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Amin.

Semarang, 9 November 2016

Penulis

Wahudi Akmal

122411185

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
HALAMAN GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Umum Asuransi Syariah	11
2.1.1 Definisi Asuransi Syariah	11
2.1.2 Landasan Hukum Asuransi Syariah	13
2.1.3 Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah.....	18
2.1.4 Perbedaan Asuransi Syariah Dan Asuransi Konvensional	19
2.2 Tinjauan Umum Pemasaran Syariah	20
2.2.1 Definisi Pemasaran Syariah.....	20
2.2.2 Karakteristik Pemasaran Syariah.....	21
2.2.3 Etika Pemasaran Syariah	23
2.3 <i>Personal Selling</i>	26
2.3.1 Definisi <i>Personal Selling</i>	26
2.3.2 Tujuan <i>Personal Selling</i>	27
2.3.3 Kriteria <i>Personal Selling</i>	28
2.3.4 Faktor-Faktor <i>Personal Selling</i>	29

2.3.5	Aspek-Aspek <i>Personal Selling</i>	30
2.4	Karakteristik Produk.....	36
2.4.1	Definisi Karakteristik Produk.....	36
2.4.2	Macam-Macam Karakteristik Produk.....	37
2.4.3	Sifat-Sifat Karakteristik Produk	39
2.4.4	Karakteristik Produk Mitra Iqra	40
2.5	Keputusan Pembelian	41
2.5.1	Definisi Keputusan Pembelian	41
2.5.2	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	42
2.5.3	Proses Keputusan Pembelian.....	42
2.6	Penelitian Terdahulu.....	44
2.7	Kerangka Pemikiran Teoritik	46
2.8	Hipotesis Penelitian.....	46

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Dan Sumber Data	48
3.2	Populasi Dan Sampel.....	48
3.2.1	Populasi	48
3.2.2	Sampel	49
3.3	Teknik Pengumpulan Data	51
3.4	Variabel Penelitian Dan Pengukuran Data	52
3.4.1	Variabel Independen.....	52
3.4.2	Variabel Dependen	52
3.5	Teknik Analisis Data	54
3.5.1	Uji Instrumen.....	54
3.5.1.1	Uji Validitas	54
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	55
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	56
3.5.2.1	Uji Multikolinearitas.....	56
3.5.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.5.2.3	Uji Normalitas.....	57
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda	58
3.5.4	Uji Statistik	59
3.5.4.1	Uji Parsial (Uji t)	59
3.5.4.2	Uji Simultan (Uji F).....	60
3.5.4.3	Koefisien Determinasi	61

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.1	Profil AJB Bumiputera 1912	63
4.1.2	Visi Dan Misi AJB Bumiputera 1912.....	64

4.1.3	Struktur Organisasi AJB Bumiputera Syariah Kantor Cabang Semarang	65
4.1.4	Produk AJB Bumiputera Syariah Kantor Cabang Semarang	65
4.2	Karakteristik Responden	70
4.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	70
4.2.2	Usia Responden	71
4.2.3	Pendidikan Responden	71
4.2.4	Pekerjaan Responden.....	72
4.2.5	Pendapatan Responden	73
4.3	Deskripsi Variabel	74
4.3.1	Variabel <i>Personal Selling</i>	74
4.3.2	Variabel Karakteristik Produk	76
4.3.3	Variabel Keputusan Pembelian	77
4.4	Analisis Data	78
4.4.1	Uji Validitas.....	78
4.4.2	Uji Reliabilitas	80
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	81
4.4.3.1	Uji Multikolinearitas	81
4.4.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	81
4.4.3.3	Uji Normalitas.....	82
4.5	Uji Hipotesis.....	84
4.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda	84
4.5.2	Analisis Koefisien Determinasi	85
4.5.3	Uji Simultan (Uji F).....	86
4.5.4	Uji Parsial (Uji t)	86
4.6	Pembahasan	87
 BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran	90
 DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Premi AJB Bumiputera Syariah Cabang Semarang	6
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah AJB Bumiputera Syariah Cabang Semarang Tahun 2005-2015.....	7
Tabel 3.1 Cluster Sampling Berdasarkan Wilayah	50
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Responden.....	52
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	72
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	73
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Responden Variabel <i>Personal Selling</i> (X1)	74
Tabel 4.7 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Karakteristik Produk (X2).....	76
Tabel 4.8 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Personal Selling</i>	79
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Produk	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses <i>Personal Selling</i>	31
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	43
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik.....	46
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	82
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	83
Gambar 4.3 Grafik Normal P-Plot	83