

**ANALISIS *PERSONAL SELLING* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROGRAM BPU (BUKAN PENERIMA UPAH) PADA BPJS (BADAN
PENYELENGGARA JAMINAN SOSIAL) KETENAGAKERJAAN CABANG
JAKARTA CILANDAK**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk menempuh Ujian Akhir pada
Program Studi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika
Program Diploma 3 Manajemen Industri

Oleh:

Priska Hayuantias
150300410

POLITEKNIK NEGERI APP JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA
JAKARTA
2018

HALAMAN PENGESAHAN

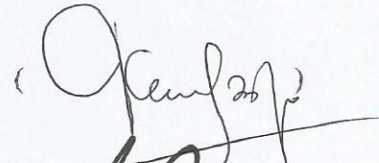
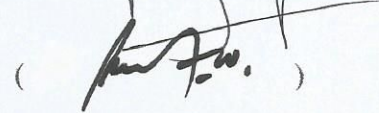
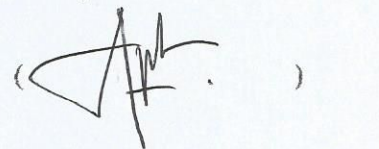
Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Priska Hayuantias
Nim : 150300410
Program Studi : Manajemen Pemasaran Industri Elektronika
Tanggal Sidang : Rabu, 12 September 2018
Judul Tugas Akhir : Analisis *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian Program Bukan Penerima Upah Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika, Politeknik APP Jakarta.

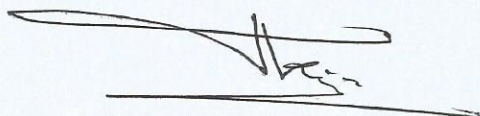
DEWAN PENGUJI

Ketua : Drs. Sugeng Raharjo, M.M
Penguji 1 : Anung Widodo, S.Kom., M.M
Penguji 2 : Aji Kresno Murti, S.T., M.M

()
()
()

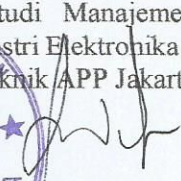
DISAHKAN OLEH

Pembimbing Tugas Akhir
Politeknik APP Jakarta


(Drs. Chairul Hadi, M.M)

Jakarta, 2018
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran
Industri Elektronika
Politeknik APP Jakarta




A.R. Arle Wicaksono, S.K.M., S.T., M.M.
NIP. 19780226 200804 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Politeknik APP Jakarta:

Nama : Priska Hayuantias

NIM : 150300410

Program Studi : Manajemen Pemasaran Industri Elektronika

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat dengan judul:

“Analisis *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian Program Bukan Penerima Upah Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak”

bebas dari plagiat dan kecurangan, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 8 Oktober 2018

Yang membuat pernyataan,



(Priska Hayuantias)

ABSTRAK

Priska Hayuantias. NIM : 150300410. **ANALISIS *PERSONAL SELLING* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PROGRAM BUKAN PENERIMA UPAH PADA BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG JAKARTA CILANDAK.** Tugas Akhir, Jakarta: Politeknik APP Jakarta. Agustus 2018

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian Program BPU (Bukan Penerima Upah) pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak. Latar belakang dalam penelitian ini dikarenakan kurangnya kesadaran diri dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya jaminan sosial demi keselamatan kerja dan kesejahteraan hidupnya dengan mengikuti Program BPU BPJS Ketenagakerjaan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan penyebaran kuesioner kepada responden. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *Probability* dengan teknik *Simple Random Sampling* yang diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel yang digunakan sebanyak 305 responden berdasarkan pendekatan Slovin. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, metode tabulasi sederhana dan metode analisis indeks. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, didapatkan nilai rata-rata pada *Personal Selling* BPJS Ketenagakerjaan Cabang Cilandak sebesar 3,87 dan nilai rata-rata pada Keputusan Pembelian Program BPU pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Cilandak sebesar 3,84.

Kata Kunci: *Komunikasi,, Personal Selling, Keputusan Pembelian*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan kasih sayangNya, sehingga sampai saat ini penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir ini, guna memenuhi persyaratan kelulusan menempuh ujian akhir Diploma 3 Program Studi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika di Politeknik APP Jakarta Kementerian Perindustrian R.I.

Untuk Penulisan tugas Akhir ini penulis mengangkat sebuah judul “**Analisis Personal Selling Dan Keputusan Pembelian Program Bukan Penerima Upah Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak**”, tujuan mengambil judul tersebut adalah untuk mengetahui *personal selling* dan keputusan pembelian program BPU Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak pada tahun 2018.

Adapun hasil dari penulisan tugas akhir ini tidak semata-mata karena kemampuan penulis sendiri, tetapi karena adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan informasi yang berharga kepada penulis sehingga tugas akhir ini pun selesai dan pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan ucapan dan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Ahmad Wimbo H, SE., MM selaku Direktur Politeknik APP Jakarta Kementerian Perindustrian R.I.
2. Bapak A.R. Arie Wicaksono, S.K.M.,S.T., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran.
3. Bapak EC. Yudani Gambiro, S.E., M.B.A, selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasihat kepada Penulis selama 5 semester penulis menjadi mahasiswanya.
4. Bapak Drs. Chairul Hadi, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan tugas akhir.
5. Bapak dan Ibu dosen sebagai fasilitator utama yang telah memberikan penulis banyak ilmu dan pengalaman baru, semoga senantiasa ilmu yang diberikan menjadi ilmu yang bermanfaat baik dalam dunia kerja nanti maupun dunia kemasyarakatan.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Sugeng Riono dan Ibu Ike Yuli Yanti serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, motivasi, dan doa-doa yang selalu menyertai.

7. Bapak Panji Wibisana selaku Kepala Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak yang telah berkenan menerima penulis untuk melakukan program kerja praktik di kantor tersebut.
8. Bapak Achmad Fadillah pembimbing kerja praktek pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak, yang telah membimbing penulis dalam melakukan kerja praktek dengan baik dan sabar.
9. Para karyawan Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan motivasi agar dapat lulus bersama di tahun 2018.
11. Dan pihak-pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Jakarta, 27 Agustus 2018
Penulis

Priska Hayuantias
150300410

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan dan Batasan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kerangka Teori	7
2.1.1 Definisi Pemasaran	7
2.1.2 Pemasaran Jasa	8
2.1.3 Karakteristik Jasa.....	8
2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa	9
2.1.5 Komunikasi Pemasaran	10
2.1.6 Unsur Komunikasi	11
2.1.7 Bauran Komunikasi Pemasaran	11
2.1.8 <i>Personal Selling</i>	12
2.1.9 Bentuk <i>Personal Selling</i>	13
2.1.10 Peran <i>Personal Selling</i> dalam Marketing MIX	13
2.1.11 Proses <i>Personal Selling</i>	13
2.1.12 Keunggulan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i>	15
2.1.13 Perilaku Konsumen	15
2.1.14 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.1.15 Keputusan Pembelian	18
2.1.16 Peran Dalam Keputusan Membeli	18
2.1.17 Proses Keputusan Pembelian	19

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	21
2.3 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Metode Penelitian	23
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	23
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.4 Populasi dan Sampel.....	23
3.5 Jenis dan Sumber Data	25
3.6 Instrumen Penelitian	25
3.7 Definisi Operasional	26
3.8 Teknik Pengumpulan Data	28
3.8.1 Riset Lapangan (<i>Field Research</i>)	28
3.8.2 Riset Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	28
3.9 Teknik Analisa Data	28
3.9.1 Uji Validitas	28
3.9.2 Uji Reliabilitas	29
3.9.3 Metode Tabulasi Sederhana	29
3.9.4 Metode Analisis Indeks	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	31
4.1.1 Sejarah Perusahaan	31
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	31
4.1.3 Struktur Perusahaan	32
4.1.4 Bukan Penerima Upah (BPU)	32
4.2 Karakteristik Responden	34
4.3 Analisis Deskriptif Variabel	36
4.3.1 Distribusi Jawaban Responden Mengenai <i>Personal Selling</i>	36
4.3.2 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian ..	41
4.4 Hasil Analisis Data	44
4.4.1 Uji Validitas	44
4.4.2 Uji Reliabilitas	45
4.5 Pembahasan	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48

5.2	Saran	49
-----	-------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peserta BPU BPJS Ketenagakejaan Cabang Cilandak Tahun 2017 ...	3
Tabel 2.1	Hasil Penelitian yang Relevan	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional	26
Tabel 4.1	Iuran Program BPU	33
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	35
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	36
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1	37
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	37
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3	38
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4	39
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5	39
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6	40
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7	41
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8	41
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9	42
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10	43
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11	43
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.19	Analisis <i>Personal Selling</i> BPJS Ketenagakerjaan Cabang Cilandak ..	46
Tabel 4.20	Analisis Keputusan Pembelian Program BPU	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	19
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian	22
Gambar 4.1	Struktur BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak	32

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Website BPJS Ketenagakerjaan
- Lampiran 2 Brosur BPJS Ketenagakerjaan
- Lampiran 3 Dokumentasi Sosialisasi *Personal Selling* BPJS Ketenagakerjaan
Cabang Jakarta Cilandak
- Lampiran 4 Tabel r
- Lampiran 5 Hasil Output Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Output Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 8 Hasil Output Kuisisioner 305 Responden
- Lampiran 9 Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing
- Lampiran 10 Lembar Penilaian Kerja Praktik
- Lampiran 11 Lembar Keterangan Selesai Praktik
- Lampiran 12 Lembar Peserta Seminar

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kondisi dunia kerja saat ini semakin meningkat, banyak usaha baru yang bermunculan terutama pada wilayah DKI Jakarta. Seseorang yang melakukan suatu pekerjaan perlu diperhatikan keselamatannya, karena tenaga kerja menjadi faktor terpenting dalam mencapai kesuksesan sebuah usaha. Oleh karena itu setiap orang yang melakukan pekerjaan untuk mendapatkan penghasilan melalui sebuah usaha perlu diperhatikan keselamatan dan kesejahteraannya dengan mengikuti program jaminan sosial. Pada akhir tahun 2004, Pemerintah juga menerbitkan UU Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional. Undang-undang itu berhubungan dengan Amandemen UUD 1945 tentang perubahan pasal 34 ayat 2, yang kini berbunyi: "Negara mengembangkan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan". Manfaat perlindungan tersebut dapat memberikan rasa aman kepada pekerja sehingga dapat lebih berkonsentrasi dalam meningkatkan motivasi maupun produktivitas kerja.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan (BPJS) Ketenagakerjaan merupakan program publik yang memberikan perlindungan bagi tenaga kerja untuk mengatasi risiko sosial ekonomi tertentu dan penyelenggaraannya menggunakan mekanisme asuransi sosial. Sebagai Lembaga Negara yang bergerak dalam bidang asuransi sosial BPJS Ketenagakerjaan yang dahulu bernama PT Jamsostek (Persero) yang telah bertransformasi pada tanggal 1 Januari 2014. Perubahan tersebut memiliki perbedaan yang baik karena BPJS Ketenagakerjaan memperluas pangsa pasarnya yaitu diperuntukan bagi semua tenaga kerja, baik sektor formal, informal serta jasa konstruksi.

Berdasarkan berita Trubus, Pada wilayah DKI Jakarta tenaga kerja sektor formal turun dari 72,78 persen pada Agustus 2016 menjadi 72,05 persen pada periode yang sama tahun ini. Sedangkan pekerja sektor informal mendominasi, dari 68,20 juta orang pada tahun lalu meningkat menjadi 69,02 juta pada tahun 2017. Berita tersebut menunjukkan bahwa mayoritas tenaga kerja DKI Jakarta bekerja pada sektor informal. Adapun Program jaminan sosial BPJS

Ketenagakerjaan yang di peruntukan untuk sektor informal sendiri yaitu Bukan Penerima Upah (BPU). Bukan Penerima Upah (BPU) adalah pekerja yang melakukan kegiatan atau usaha ekonomi secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari kegiatan atau usahanya tersebut, seperti tukang ojek, supir angkot, pedagang keliling, dan lain sebagainya. Dalam program BPU terdapat 3 jaminan sosial yang di berikan yaitu Jaminan Kecelakaan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JKM), dan Jaminan Hari Tua (JHT). Pada sektor informal memiliki pendapatan yang tidak menentu sehingga jaminan sosial tarif premi yang disediakan cukup terjangkau, sehingga semua tenaga kerja dapat terlindungi.

Masyarakat masih banyak yang belum menyadari dan memahami kebutuhan akan keselamatan bagi dirinya sendiri, padahal resiko dalam pekerjaan selalu ada dan tidak dapat diperkirakan kapan dan seberapa besar terjadinya. Resiko tersebut dapat dihindari dan ditangani dengan mengikuti program jaminan sosial BPJS Ketenagakerjaan. Dalam berita Detik Finance Januari 2017, Ketua Dewan Pengawas BPJS Ketenagakerjaan Guntur Witjaksono berkata bahwa jumlah peserta pekerja BPU (bukan penerima upah) atau mandiri masih sebesar 912 ribu orang atau 1,9% dari total kepesertaan yaitu sekitar 47,01 juta orang. Hal ini membuktikan bahwa memang kesadaran diri dari masyarakat masih sangat rendah dan tidak peka terhadap keselamatan serta kesejahteraan dirinya sendiri. Masalah tersebut juga dirasakan oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak, dimana masyarakat masih banyak yang belum menyadari keselamatan dirinya dengan mengikuti jaminan sosial, padahal tarif premi yang ditawarkan cukup terjangkau. Adapun daftar kepesertaan Program BPU di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak sebagai berikut :

Tabel 1.1
Peserta BPU BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak
Tahun 2017

Bulan	Program		
	JHT	JKK	JKM
Januari	379	13.739	13.739
Februari	388	13.815	13.815
Maret	417	12.062	12.062
April	436	11.083	11.083
Mei	463	11.936	11.936
Juni	565	11.393	11.393
Juli	520	11.905	11.905
Agustus	635	12.443	12.443
September	615	10.919	10.919
Oktober	685	12.174	12.174
November	586	12.105	12.105
Desember	532	12.853	12.853
Total	6221	146.427	146.427

Sumber : BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak, data diolah, 2018.

Berdasarkan pasal 4 ayat 2 dalam PP Nomor 44 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Kecelakaan Kerja dan Jaminan Kematian, yang berbunyi : “Setiap orang yang bekerja wajib mendaftarkan dirinya sebagai peserta dalam program JKK dan JKM kepada BPJS Ketenagakerjaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”. Dalam peraturan tersebut menyatakan bahwa program BPU merupakan jaminan sosial yang wajib diikuti oleh setiap orang yang bekerja, namun tidak ada sanksi tertentu jika tidak mengikuti program tersebut bagi sektor informal. Jadi meskipun ada peraturan

atau Undang-Undang yang mengatur, tetapi regulasi dan pengawasannya masih rendah sehingga perlu adanya upaya lain yang dilakukan.

BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak melakukan strategi komunikasi pada sektor informal dengan sosialisasi yang didampingi oleh *personal selling* yang dilakukan pada pasar yang menjadi wilayah kerja Kantor Cabang Jakarta Cilandak. Mengingat sosialisasi tersebut dilakukan di wilayah pasar, dimana mayoritas pekerja sektor informalnya adalah pedagang pasar yang memiliki tingkat pengetahuan serta pemahaman yang rendah. Oleh karena itu *personal selling* menjadi bentuk komunikasi yang cocok digunakan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan yaitu menginformasikan dan memberikan pemahaman terkait produk perusahaan yaitu jaminan sosial BPU serta membujuk mereka agar membeli produk tersebut. Faktor lain yang menjadikan *personal selling* sebagai bentuk komunikasi yang cocok yaitu *personal selling* adalah komunikasi langsung atau tatap muka, sehingga jika dalam komunikasi terdapat hal yang menjadikan ketidakpahaman atau keberatan maka dapat langsung ditangani saat itu juga agar calon konsumen akhirnya membeli produk tersebut. Adapun pengertian *personal selling* itu sendiri adalah kegiatan komunikasi langsung (tatap muka) yang dilakukan oleh tenaga penjual dengan calon pembeli yang bertujuan untuk menginformasikan mengenai suatu program atau produk yang dimiliki perusahaan yang diharapkan dapat membentuk pemahaman dan membujuk mereka agar menggunakan atau membeli produk tersebut.

Mengingat berita yang menyatakan peserta BPU masih sangat rendah walaupun sebenarnya wajib diikuti, berarti keputusan pembelian dari pekerja informal perlu diperhatikan. Walaupun tidak ada sanksi tertentu yang diberikan sehingga perlu dilakukannya upaya untuk mendorong kesadaran diri serta pembelian terhadap jaminan sosial BPU dengan strategi komunikasi yaitu *personal selling* yang dinilai cocok sebagai bentuk komunikasi kepada tenaga kerja informal pasar.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin penulis mengambil judul “**Analisis *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian Program BPU (Bukan Penerima Upah) pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak**”

1.2. Perumusan Masalah dan Batasan Masalah

1.2.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana *Personal Selling* pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak?
2. Bagaimana Keputusan pembelian Program BPU pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak?

1.2.2. Batasan Masalah

Mengingat begitu luasnya ruang lingkup pada penelitian ini, maka dalam penelitian penulis membatasi hal-hal yang dibahas hanyalah mengenai *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian program BPU pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak tahun 2018. *Personal Selling* yang dilakukan kepada tenaga kerja informal pengguna program BPU dalam sosialisasi pasar target BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak.

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui *Personal Selling* pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak.
2. Mengetahui Keputusan Pembelian program BPU pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak.

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama mengikuti proses kuliah ke dalam dunia kerja. Penulis juga dapat mengetahui seberapa jauh pengetahuan penulis dalam membahas dan menganalisa permasalahan yang dihadapi perusahaan yang berkaitan

dengan Analisis *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian Program BPU Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak.

2. Bagi Akademi

Mengetahui seberapa besar keberhasilan akademi dalam mendidik mahasiswa sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan perusahaan berkaitan dengan ilmu-ilmu yang diaplikasikan.

3. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi saran-saran yang positif bagi perusahaan dalam mengetahui *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian Program BPU Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak.

4. Bagi Pembaca dan Masyarakat

Menjadi sarana untuk memperluas pengetahuan mengenai Analisis *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian Program BPU Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak, serta dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya dalam rangka melakukan penelitian lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aktivitas yang penting bagi perusahaan, karena dengan adanya pemasaran maka perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang. Pemasaran tidak hanya sekedar menjual atau memasarkan suatu produk maupun jasa, tetapi pemasaran juga berfungsi untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memahami permasalahan yang sedang timbul maupun yang akan timbul pada perusahaannya sehingga dapat menyusun strategi untuk terus bertahan dan berkembang.

Menurut Kotler dan Amtrong yang dikutip oleh Abdul, Pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan lewat pencitraan dan pertukaran timbal-balik produk dan nilai dengan orang lain.¹

American Marketing Assosiation (AMA) dalam buku Manajemen Pemasaran Kotler dan Keller mengatakan bahwa:

“Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.”²

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan.

¹Manap, H. Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran Ed. 1*. Jakarta: Mitra Wacana Media. Hal. 5

² Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Hal. 5

2.1.2 Pemasaran Jasa

Jasa salah satu aktivitas yang selalu ada dalam suatu perusahaan, dimana semua kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan dan mengantarkan suatu nilai kepada konsumen merupakan jasa.

Menurut Kotler, Keller, dan Amstrong yang dikutip oleh Nana, Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara positif tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produk jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik.³

Menurut William yang dikutip oleh Danang, jasa adalah kegiatan yang diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen.⁴

Berdasarkan definisi menurut para ahli tersebut, dapat dikatakan bahwa jasa adalah kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang bersifat tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen.

2.1.3 Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Keller, Jasa mempunyai 4 karakteristik berbeda yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran yaitu:

1. Tak Berwujud (*Intangibility*)

Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar, atau dibau sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari bukti kualitas dengan mengambil kesimpulan dari tempat, orang, peralatan, bahan, komunikasi, simbol dan harga. Karena itu tugas penyedia jasa adalah “mengelola bukti untuk mewujudkan hal yang tak berwujud”.

2. Tak Terpisahkan (*Inseparability*)

Sementara barang fisik dibuat, dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai perantara, dan dikonsumsi kemudian, jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.

³ Abdurrahman, H. Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia. Hal. 103

⁴ Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Jakarta: PT. Buku Seru. Hal. 186

3. Bervariasi (*Variability*)

Karena kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan dan dimana, dan kepada siapa, jasa sangat bervariasi. Pembeli jasa menyadari variabilitas ini dan sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih penyedia jasa.

4. Dapat Musnah (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan, jadi dapat musnahnya jasa bisa menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi.⁵

2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa

Bauran Pemasaran Jasa merupakan pengembangan bauran pemasaran. Menurut Zeithaml dan Bitner, pemasaran jasa terdiri sebagai berikut :

1. Produk (*Product*)

Produk merupakan kombinasi dari barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasarnya. Tujuannya adalah untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar.

2. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk melalui saluran distribusi yang tepat, waktu yang tepat, dan sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang ditawarkannya. Kegiatan promosi ditujukan untuk memberikan informasi, membujuk, serta memperingatkan tahap produk dengan tujuan untuk menciptakan penjualan yang diinginkan.

4. Harga (*Price*)

Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan sebagai imbalan atas berbagai hal yang telah dinikmati konsumen.

⁵ Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 2*. Jakarta: Erlangga. Hal. 39-41

5. Orang (*People*)

Orang merupakan orang yang memberikan persepsi kepada konsumen lain tentang kualitas jasa yang pernah dibelinya dari perusahaan sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap proses pembelian jasa yang bersangkutan.

6. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut memiliki kepuasan untuk membeli dan menggunakan produk/jasa yang ditawarkan.

7. Proses (*Process*)

Proses merupakan cara menyampaikan nilai jasa tersebut kepada konsumen. Konsumen dapat menilai jasa yang diberikan dalam proses ini.⁶

2.1.5 Komunikasi Pemasaran

Komunikasi Pemasaran sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan kepada konsumen untuk mengenalkan suatu jasa dan membentuk hubungan dengan konsumen, serta membujuk konsumen agar menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Menurut Shimp yang dikutip oleh Priansa, Komunikasi Pemasaran adalah mempresentasikan gabungan semua unsur dalam bauran pemasaran yang memfasilitasi terjadinya pertukaran dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggan.⁷

Menurut Sulaksana yang dikutip oleh Priansa, Komunikasi Pemasaran adalah proses penyebaran informasi tentang perusahaan dan hal yang ditawarkan kepada sasarnya.⁸

Tjiptono yang dikutip oleh Priansa, mengatakan bahwa :

“Komunikasi Pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia

⁶ Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pada Era Media Sosial)*. Bandung : CV Pustaka Setia. Hal 67-69.

⁷ Ibid, Hal. 96

⁸ Ibid.

menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.”⁹

Berdasarkan definisi menurut para ahli tersebut, dapat dikatakan bahwa komunikasi pemasaran adalah proses penyebaran informasi, membujuk, mengingatkan pasar targetnya tentang hal yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

2.1.6 Unsur Komunikasi

Komunikasi terbentuk dari beberapa unsur yang terdiri dari :

1. Komunikator

Komunikator adalah perusahaan yang akan menyampaikan pesan kepada konsumen.

2. Komunikan

Komunikan adalah pelaku yang menerima pesan, yaitu konsumen. Komunikan dapat bertindak sebagai komunikan individu, kelompok atau organisasi.

3. Pesan

Pesan adalah inti berita yang mengandung arti. Oleh karena itu, pesan yang akan disampaikan perusahaan harus dirancang sedemikian rupa sehingga pesan tersebut dapat menarik perhatian konsumen.

4. Umpan Balik

Umpan Balik adalah keluaran yang dihasilkan, dapat berupa tanggapan ataupun respon dari pesan yang disampaikan.¹⁰

2.1.7 Bauran Promosi

Bauran Promosi merupakan kombinasi atau kumpulan strategi promosi yang dapat digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan berkaitan dengan produknya. Adapun elemen dalam bauran promosi yaitu periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), dan hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*).

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid, Hal. 7

2.1.8 *Personal Selling*

Personal Selling adalah salah satu bentuk komunikasi secara langsung yang dilakukan antara penjual dan calon pembeli yang memiliki banyak manfaat untuk kedua pihak tersebut. Dengan komunikasi langsung ini pihak penjual dapat memperkenalkan dan menjelaskan produknya secara detail, mengetahui kendala atau keluhan konsumen, serta membujuk agar konsumen menggunakan atau membeli produk tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh Priansa, *Personal Selling* merupakan penyajian tatap muka yang dilakukan oleh wiraniaga dalam rangka penjualan dan membina hubungan dengan pelanggan.¹¹

Menurut Peter dan Donnelly yang dikutip oleh Priansa, mengatakan *Personal Selling* merupakan salah satu kegiatan dari bagian strategi bauran promosi. Namun tidak seperti periklanan atau promosi penjualan, *Personal Selling* melibatkan hubungan komunikasi langsung antara penjual dan konsumen.¹²

Tjiptono yang dikutip oleh Priansa, mengatakan bahwa :

“*Personal Selling* merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon konsumen untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon konsumen dan membentuk pemahaman konsumen terhadap suatu produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya.”¹³

Berdasarkan definisi menurut para ahli tersebut, *Personal Selling* merupakan bagian dari strategi bauran promosi yang dilakukan secara langsung (tatap muka) antara penjual dan calon konsumen konsumen dalam rangka penjualan, membentuk pemahaman dan membina hubungan dengan pelanggan.

¹¹ Ibid, Hal. 220

¹² Ibid.

¹³ Ibid.

2.1.9 Bentuk *Personal Selling*

Personal Selling dilakukan dengan komunikasi langsung antara pihak perusahaan dengan konsumen yang memungkinkan pesan penjualan disampaikan sesuai dengan lingkungan dan kondisi konsumen. Berikut ini beberapa bentuk *Personal Selling* :

1. *Field Selling*, yaitu bentuk aktivitas *Personal Selling* yang dilakukan dengan cara menyebarkan para tenaga penjual ke rumah-rumah atau lokasi konsumen.
2. *Retail Selling*, yaitu bentuk aktivitas *Personal Selling* yang dilakukan oleh tenaga penjual yang bertugas untuk melayani konsumen yang datang ke perusahaan.
3. *Executive Selling*, yaitu bentuk aktivitas *personal selling* yang terkadang menempatkan pimpinan perusahaan sebagai tenaga penjual.

2.1.10 Peran *Personal Selling* Dalam Marketing Mix

Personal Selling bukan hanya sekedar bentuk komunikasi tatap muka, namun juga memiliki peran dalam marketing mix, diantaranya yaitu :

1. Menyampaikan pesan yang kompleks kepada konsumen potensial mengenai produk dan kebijakan perusahaan.
2. Mengadaptasi penawaran dan daya tarik promosi produk untuk kebutuhan yang unik dan konsumen yang spesifik.
3. Membujuk konsumen tentang kelebihan dan sisi positif produk dibanding dengan produk pesaing.

2.1.11 Proses *Personal Selling*

Personal selling dilakukan untuk menginformasikan serta membujuk para calon konsumen agar memahami dan melakukan sesuai apa yang diinginkan, namun agar tujuan tersebut tercapai ada beberapa proses yang dilakukan yaitu :

1. Memilih dan Menilai Prospek

Menjajaki para *target market*, memilihnya menjadi “*Potential Client*” yaitu orang yang kemungkinan membeli, mampu membeli, dan mempunyai keinginan untuk dikontak oleh tenaga penjual.

2. Pra Pendekatan

Persiapan presentasi, yang berisikan riset konsumen dan rencana sasaran untuk presentasi.

3. Pendekatan

Proses dimana tenaga penjual bertemu dengan konsumen untuk pertama kalinya, sangat membantu untuk sebuah janji untuk memastikan ketertarikan calon pembeli, dimana pertemuan ini akan meninggalkan kesan akan profesionalisme dari tenaga penjual, maka sangat penting untuk memperhatikan perilaku dalam memilih gerak tubuh yang digunakan.

4. Presentasi

Melakukan presentasikan produk atau jasa yang ditawarkan dengan melakukan demo untuk memperlihatkan bentuk, keunggulan, dan manfaat dari produk atau jasa tersebut.

5. Mengatasi Keberatan

Respon berikut dapat saja terjadi penolakan dengan menanyakan harga, memberitahu kalau produk tersebut tidak cocok dengan kondisinya, tidak ingin menjanjikan akan membeli, menolak tanpa alasan yang jelas. Tenaga penjual harus segera merespon penolakan dengan membujuk atau menghormati keputusan konsumen.

6. Penutupan

Tenaga penjual harus dapat menutup penjualan dengan berbagai pendekatan.

7. Tindak Lanjut

Tenaga penjual harus dapat mem*Follow Up* dari suatu penjualan seperti memastikan bahwa konsumen benar-benar puas dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.

2.1.12 Keunggulan dan Kelemahan *Personal Selling*

Personal selling sebagai bentuk komunikasi tatap muka yang dinilai cukup baik dalam membentuk pemahaman akan informasi baru serta membujuk lawannya agar mengikuti apa yang diinformasikan. Bentuk komunikasi ini memiliki keunggulan antara lain :

1. Lebih mudah disesuaikan dalam cara menjualnya, yaitu keinginan dan kebutuhan konsumen menjadi prioritas sehingga reaksi konsumen terhadap produk yang dipromosikan dapat diketahui secara langsung.
2. Melakukan penjualan saat terjadi kontak dengan calon konsumen.
3. Menjelaskan dan mendemonstrasikan kegunaan serta keunggulan barang secara langsung.
4. Memberikan jawaban atas pertanyaan calon konsumen dan memberikan penjelasan atas keberatan yang diberikan dengan menggunakan keahliannya agar calon konsumen yang awalnya tidak tertarik menjadi tertarik dan membeli produk tersebut.
5. Bentuk komunikasi secara langsung yang dilakukan secara teratur sehingga dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif serta membentuk *relationship* dengan konsumen agar menjadi pelanggan loyalitas.

Namun dibalik keunggulan tersebut, *personal selling* juga memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan agar kegiatan komunikasi tetap berjalan dengan baik. Adapun kelemahan *personal selling* sebagai berikut :

1. Biaya yang digunakan relatif tinggi, karena sifatnya *face to face*.
2. Membutuhkan waktu yang cukup lama, dari awal komunikasi pendekatan sampai dengan terjadinya transaksi.
3. Memiliki keterbatasan dalam menjangkau dan menemui calon konsumen.

2.1.13 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh dalam pemasaran, dimana pemasar harus mengetahui perilaku konsumen yang berbeda-beda.

Menurut Nembah, Perilaku Konsumen adalah tindakan perorangan dalam memperoleh, menggunakan serta membuang barang dan jasa ekonomi, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum menetapkan tindakan¹⁴.

Menurut Kotler dan Keller, Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka¹⁵.

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan individu, kelompok, dan organisasi memilih, menggunakan serta membuang barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

2.1.14 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

1. Faktor Budaya

- a. Budaya (*Culture*), Kumpulan nilai-nilai persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.
- b. Sub Budaya (*Sub Culture*), Sekelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi (nasionalisme, agama, kelompok ras dan wilayah geografis)
- c. Kelas Sosial, Divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa.

2. Kelompok Sosial

- a. Kelompok Acuan, Berfungsi sebagai titik perbandingan atau acuan langsung atau tidak langsung dalam membentuk sikap atau tingkah laku seseorang
- b. Keluarga, Organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat.

¹⁴ Nembah F. Hartimbul Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Yrama Widya. Hal. 33

¹⁵ Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Hal. 166

- c. Peran dan Status, Peran adalah aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Status adalah mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

3. Pribadi

- a. Umur dan Tahap Daur Hidup, merupakan tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.
- b. Pekerjaan, Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pembelian barang dan jasa.
- c. Situasi Ekonomi, Situasi perekonomian seseorang meliputi pendapatan pribadi, tabungan
- d. Gaya Hidup, Pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat dan opini.
- e. Kepribadian dan Konsep Diri, Kepribadian merupakan Karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri dan Dasar Pemikiran Konsep diri adalah apa yang dimiliki seseorang memberikan kontribusi pada dan mencerminkan identitas mereka.

4. Psikologis

- a. Motivasi, Kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan tadi.
- b. Persepsi, Proses yang dilalui seseorang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia. Persepsi di bedakan menjadi 3 : Perhatian Selektif yaitu kecenderungan bagi manusia untuk menyaring sebagian besar informasi yang mereka hadapi, Distorsi Selektif yaitu Kecenderungan seorang untuk menginterpretasikan informasi dengan cara yang akan mendukung apa yang telah mereka yakini, dan Ingatan Selektif yaitu kecenderungan untuk mengingat informasi yang mendukung sikap dan keyakinan mereka.
- c. Pengetahuan, Perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman, Keyakinan, dan Sikap. Keyakinan merupakan pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu dan sikap merupakan evaluasi perasaan dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide yang relatif konsisten.

2.1.15 Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian merupakan suatu tindakan yang dihasilkan dari perilaku konsumen, dimana dalam membuat suatu keputusan tersebut harus melalui beberapa tahapan atau proses.

Nugroho, mengatakan bahwa :

“Suatu keputusan (*Decision*) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Semua aspek pengaruh dilibatkan dalam pengambilan keputusan konsumen, termasuk pengetahuan, arti, kepercayaan yang diaktifkan dari ingatan serta proses perhatian dan pemahaman yang terlibat dalam penerjemahan informasi baru dilingkungan. Akan tetapi, inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.”¹⁶

Menurut Danang, keputusan pembelian merupakan proses kognitif yang mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian-penilaian secara evaluatif.¹⁷

Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Priansa menyatakan bahwa bagi konsumen, pembelian bukan hanya merupakan satu tindakan saja, melainkan terdiri atas beberapa tindakan yang satu dan lainnya saling berkaitan.¹⁸

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses yang melibatkan dua atau lebih alternatif serta terdiri dari beberapa tindakan perilaku dengan mengkombinasikan pengetahuan, pemrosesan informasi dan penilaian secara evaluatif.

2.1.16 Peran Dalam Keputusan Membeli

Dalam keputusan membeli konsumen tidak berperan sendiri dalam mengambil keputusan tersebut, namun ada beberapa peran yang dapat

¹⁶ Nembah F. Hartimbul Ginting. *Opcit*, Hal. 331-332

¹⁷ Sunyoto, Danang. 2014. *Praktis Riset Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS

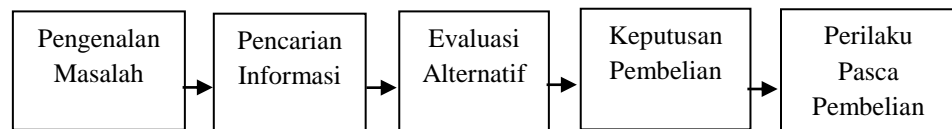
¹⁸ Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pada Era Media Sosial)*. Bandung : CV Pustaka Setia. Hal 481.

mempengaruhi penilaian atau keputusan dalam pembelian, diantaranya sebagai berikut :

1. *Initiator* (pemrakarsa), Orang yang pertama menyarankan atau mencetuskan gagasan membeli produk atau jasa tertentu.
2. *Influencer* (Pemberi Pengaruh), Orang yang pandangan dan sarannya mempengaruhi keputusan membeli.
3. *Decider* (Pengambil Keputusan), Orang yang akhirnya mengambil keputusan membeli.
4. *Buyer* (Pembeli), Orang yang benar- benar melakukan pembelian.
5. *User* (Pengguna), Orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa.

2.1.17 Proses Keputusan Pembelian

Gambar 2.1
Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen



Sumber : Kotler dan Keller, 2008.

Menurut Kotler dan Keller untuk melakukan proses keputusan pembelian, konsumen melalui lima tahap yaitu :

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.

2. Pencarian Informasi

Konsumen sering mencari jumlah informasi yang terbatas. Keadaan pencarian yang lebih rendah disebut perhatian tajam, pada tingkat ini seseorang hanya menjadi lebih reseptif terhadap informasi tentang sebuah produk. Pada tingkat berikutnya, seseorang dapat memasuki informasi aktif yaitu mencari bahan untuk mempelajari

produk tersebut. Sumber informasi terbagi menjadi 4 yaitu pribadi (keluarga, teman, tetangga), komersial (iklan, situs web, penyalur, kemasan), publik (media massa, organisasi pemeringkat konsumen), dan eksperimental (penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk).

3. Evaluasi Alternatif

Konsumen memproses informasi dengan melakukan evaluasi nilai. Pertama, konsumen berusaha memuaskan kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari produk tersebut. Ketiga, konsumen melihat beberapa produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhannya.

4. Keputusan Membeli

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai atau produk yang memberikan manfaat serta kualitas yang memenuhi kebutuhannya.

5. Tingkah Laku Pasca Pembelian

Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Komunikasi pemasaran seharusnya memasok keyakinan dan evaluasi yang memperkuat pilihan konsumen dan membantunya merasa nyaman akan merek tersebut.¹⁹

¹⁹ Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Hal. 185

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1
Hasil Penelitian yang Relevan

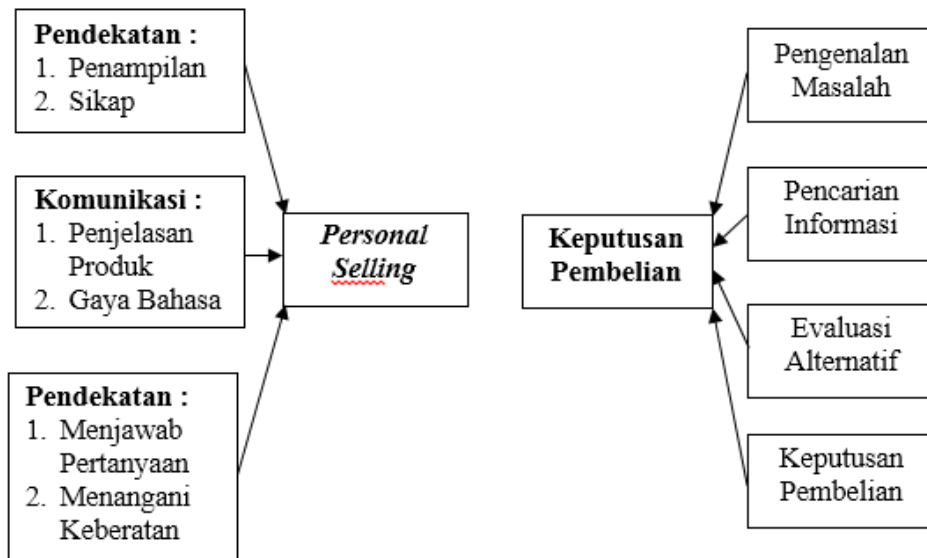
No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Hasil
1	Gita Virga (Binus University, 2014)	Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Serjahtera	<i>Personal Selling</i> dan Keputusan Pembelian Konsumen	kuantitatif kausal, pengumpulan data menggunakan kuisisioner, observasi, dan studi pustaka. Data populasi probability dan sampelnya dengan <i>Purposive Sampling</i>	<i>Personal Selling</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasabah PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera sebesar 0,736 yang berarti <i>Personal Selling</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 73,6%. Dari hasil perhitungan didapatkan persamaan regresi $.Y = 1,116 + 685X$.
2	Agustin Ayu Rizki Diansari (Universitas Negeri Surabaya, jurusan pendidikan ekonomi)	Pengaruh <i>Personal Selling</i> Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung	<i>Personal Selling</i> , Persepsi Konsumen dan keputusan pembelian.	Penelitian kuantitatif asosiatif, Menggunakan kuisisioner, Penelitian ini menggunakan probability sampling dan sampel yang digunakan adalah <i>Purposive Sampling</i>	Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan persamaan regresi antara <i>personal selling</i> dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian yaitu $Y = 13,391 + 0,485 + 0,186 + e$.

Sumber : Jurnal terbuka oleh Peneliti lain, 2014.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu landasan pada suatu penelitian terkait suatu variabel yang akan diteliti. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.²⁰ Berikut kerangka pemikiran penelitian ini :

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

²⁰ Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hal. 38.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian deskriptif untuk membuat deskripsi secara sistematis dan akurat terkait fakta dan hubungan antar variabel yang diteliti.

3.2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini yaitu konsumen atau pengguna program BPU BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak. Objek pada penelitian ini adalah *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian Program BPU pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak pada tahun 2018.

3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak yang terletak di Jalan R.A. Kartini Kav 13 RT. 01/ RW. 04, Cilandak Barat, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

3.3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yaitu mulai dari Januari sampai dengan Maret 2018.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiono (2016:7) Populasi adalah : “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Populasi dalam penelitian ini adalah tenaga kerja informal yang telah mengikuti program BPU di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak mulai dari bulan Januari sampai dengan Maret tahun 2018 yang berjumlah 1260 orang (BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak, 2018).

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiono (2016:81) sampel adalah : “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut”.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *Simple Random Sampling*, teknik penentuan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan metode yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Sevilla²¹ dengan tingkat ketelitian sebesar 95%, yaitu :

$$\frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{1260}{1 + 1260 (0,5)^2}$$

$$n = 303,6144 \text{ (dibulatkan menjadi 304)}$$

Berdasarkan perhitungan metode slovin di atas, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 305 responden.

²¹ Sevilla, Consuelo G. et. Al, 2007. *Research Methods*. Rex Printing Company : Quezon City.

3.5. Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data disajikan secara deskriptif berbentuk kalimat sesuai dengan data yang diperoleh dari lapangan terkait dengan masalah yang diteliti baik lisan maupun tulisan.

2. Data Kuantitatif

Data disajikan berbentuk angka yang diperoleh dari kuisisioner yang telah disebarakan kepada responden yang kemudian dilakukan teknik perhitungan statistika menggunakan *software SPSS versi 20.00 for windows*.

3.5.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data yang didapat atau dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Data primer penelitian ini adalah hasil observasi dan penyebaran kuisisioner yang disebarakan secara langsung maupun online dengan *google form* kepada responden.

2. Data Sekunder

Data yang didapat atau dikumpulkan secara tidak langsung yang berasal dari jurnal, artikel, buku dan lainnya.

3.6. Instrumen Penelitian

Sugiono (2016:102) instrumen penelitian adalah : “Suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala”. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini berupa kuisisioner.

Skala pengukuran digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang berada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut dapat menghasilkan data kuantitatif jika dipakai dalam pengukuran. Skala

pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert*, Dimana pada skala likert ini memiliki skor 1 - 5 (Sangat Tidak Setuju – Sangat Setuju).

3.7. Definisi Operasional

Definisi Operasional digunakan untuk mengukur konsep penelitian. Kuisisioner yang dibuat dalam penelitian ini mengadaptasi dari skripsi Devi Anggraeni Mahasiswa Universitas Widyatama Bandung pada tahun 2015 dengan judul “Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Jiwa di AJB Bumiputera Cabang Soekarno Hatta Bandung”

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skor
Personal Selling (X)	Komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon konsumen untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon konsumen dan membentuk pemahaman konsumen terhadap suatu produk sehingga mereka kemudian akan	Pendekatan	Penampilan	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak berpenampilan rapi	L I K E R T
			Sikap	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak bersikap ramah	
		Komunikasi	Penjelasan Produk	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menjelaskan Program BPU dan manfaatnya secara jelas	
			Gaya Bahasa	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	

	mencoba membelinya (Fandy Tjiptono)			Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menangani keberatan untuk mengikuti Program BPU	
		Pelayanan	Menangani dan Menjawab Keberatan	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menjawab pertanyaan dan keberatan dengan baik	
			Penutupan	Tenaga Penjual BPJS TK Menutup komunikasi dengan mendorong calon nasabah untuk mengikuti program BPU.	
Keputusan Pembelian (Y)	Bagi konsumen, pembelian bukan hanya merupakan satu tindakan saja, melainkan terdiri atas beberapa tindakan yang satu dan lainnya saling berkaitan. (Kotler dan Amstrong)	Pengenalan Masalah	Pengenalan akan kebutuhan suatu produk atau jasa	Saya tertarik mengikuti Program BPU karena saya membutuhkannya	L I K E R T
		Pencarian Informasi	Sumber Informasi suatu produk atau jasa	Saya mengetahui BPJS TK dan Program BPU melalui tenaga penjual BPJS TK Cilandak	
		Evaluasi Alternatif	Membandingkan dengan merek atau produk lain	Saya mengevaluasi manfaat yang saya dapatkan dari program BPU di BPJS TK dan membandingkan dengan asuransi yang sesuai dengan kebutuhan	

		Keputusan Pembelian	Keyakinan untuk membeli	Setelah mengevaluasi, saya memutuskan mengikuti Program BPU di BPJS TK Cilandak	
--	--	---------------------	-------------------------	---	--

Sumber : Data diolah, 2018.

3.8. Teknik Pengumpulan Data

3.8.1 Riset Lapangan (*Field Research*)

Kuisisioner yang disebarakan secara langsung maupun *online* kepada konsumen pengguna Program BPU dalam sosialisasi yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak pada tahun 2018 terkait *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian program BPU. Kuisisioner merupakan pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan maupun pernyataan dalam bentuk tulisan kepada responden terkait penelitian.

3.8.2 Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Informasi yang diperoleh berasal dari buku yang berkaitan dengan judul penelitian ini yaitu terkait dengan *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian.

3.9 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data digunakan untuk mengolah hasil data yang terkumpul dari penyebaran kuisisioner, kemudian dijadikan diolah dan dianalisa agar dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan.

3.9.1 Uji Validitas

Validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur betul-betul mengukur apa yang perlu diukur. Jika suatu instrument pengukuran sudah valid (sah) berarti instrument tersebut dapat mengukur benda dengan tepat sesuai dengan apa yang ingin diukur.²²

²² Neolaka, Amos. 2016. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal.115

Kriteria untuk mengetahui kevalidan data penelitian yaitu :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data tidak valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Data dikatakan reliabel sebuah alat ukur jika nilai koefisien alpha yang dihasilkan minimal 0,6.

3.9.3 Metode Tabulasi Sederhana

Tabulasi adalah memasukkan data ke dalam tabel tertentu kemudian menghitungnya. Tabulasi yang digunakan penelitian ini adalah Tabulasi Sederhana. Dimana data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan rumus yaitu:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Persentase responden yang memiliki kategori tertentu

f_i : Jumlah responden yang memiliki kategori tertentu.

$\sum f_i$: Jumlah responden²³

Dalam penelitian ini akan dihasilkan dalam bentuk tabel. Teknik perhitungan menggunakan analisis tabulasi sederhana untuk mengukur frekuensi, karena merupakan cara yang terbaik untuk menunjukkan data menjadi bentuk yang mudah dibaca. Kategori jawaban diartikan dalam pengukuran sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
- b. Tidak Setuju (TS) : 2
- c. Netral (N) : 3

²³ Herrhyanto, Nar. 2015. *Analisis Data Kuantitatif dengan Statistika Deskriptif*. Bandung : Yrama Widya. Hal 36.

- d. Setuju (S) : 4
 e. Sangat Setuju (SS) : 5

3.9.4 Metode Analisis Indeks

Metode analisis indeks bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan jawaban responden terhadap pertanyaan kuisisioner yang telah disebar oleh peneliti. Adapun perhitungan nilai rata-rata untuk jawaban responden yaitu :

$$\text{Nilai Indeks} : \{(A1 \times 1) + (A2 \times 2) + (A3 \times 3) + (A4 \times 4) + (A5 \times 5)\} / N$$

Keterangan :

A1 : Jumlah responden yang menjawab 1 dari nilai yang ditentukan pada daftar pertanyaan.

A2 : Jumlah responden yang menjawab 2 dari nilai yang ditentukan pada daftar pertanyaan.

A3 : Jumlah responden yang menjawab 3 dari nilai yang ditentukan pada daftar pertanyaan.

A4 : Jumlah responden yang menjawab 4 dari nilai yang ditentukan pada daftar pertanyaan.

A5 : Jumlah responden yang menjawab 5 dari nilai yang ditentukan pada daftar pertanyaan.

N : Jumlah Sampel Penelitian²⁴

²⁴ Ibid, Hal 42.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan (BPJS) Ketenagakerjaan merupakan program publik yang memberikan perlindungan bagi tenaga kerja untuk mengatasi risiko sosial ekonomi tertentu dan penyelenggaraannya menggunakan mekanisme asuransi sosial. Sebagai Lembaga Negara yang bergerak dalam bidang asuransi sosial BPJS Ketenagakerjaan yang dahulu bernama PT Jamsostek (Persero) yang telah bertransformasi pada tanggal 1 Januari 2014.

Pada akhir tahun 2004, Pemerintah juga menerbitkan UU Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional. Undang-undang itu berhubungan dengan Amandemen UUD 1945 tentang perubahan pasal 34 ayat 2, yang kini berbunyi: "Negara mengembangkan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan". Manfaat perlindungan tersebut dapat memberikan rasa aman kepada pekerja sehingga dapat lebih berkonsentrasi dalam meningkatkan motivasi maupun produktivitas kerja. BPJS Ketenagakerjaan diperuntukan bagi semua tenaga kerja, baik sektor formal, informal dan jasa konstruksi.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Menjadi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kebanggaan Bangsa, yang Amanah, Bertata kelola Baik serta Unggul dalam Operasional dan Pelayanan.

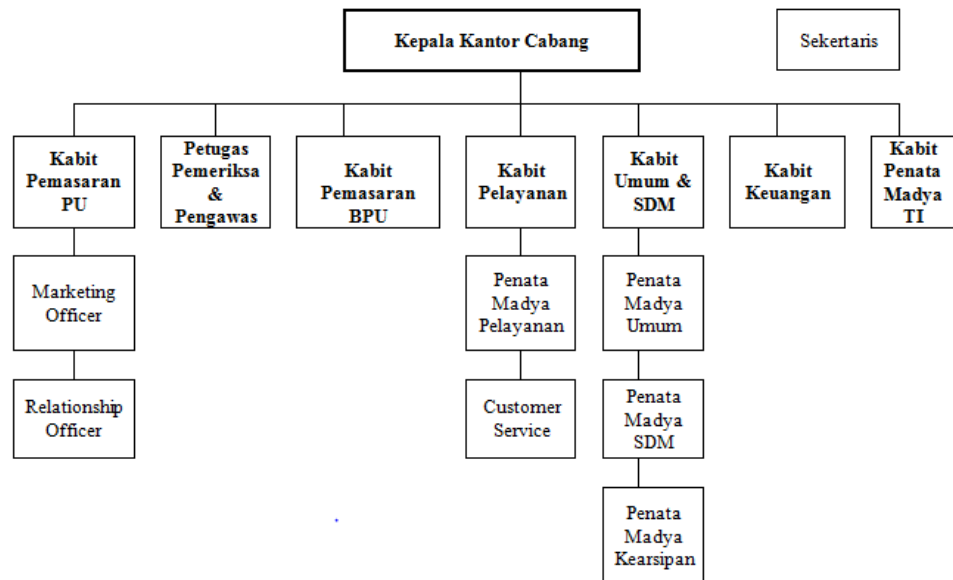
2. Misi Perusahaan

Melalui Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan, BPJS Ketenagakerjaan berkomitmen untuk:

- a. Melindungi dan Menyejahterakan seluruh pekerja dan keluarganya
- b. Meningkatkan produktivitas dan daya saing pekerja
- c. Mendukung pembangunan dan kemandirian perekonomian nasional

4.1.3 Struktur Perusahaan

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BPJS Ketenagakerjaan
Cabang Jakarta Cilandak



Sumber : BPJS Ketenagakerjaan Cilandak, data diolah 2018.

4.1.4 Bukan Penerima Upah (BPU)

1. Pengertian Bukan Penerima Upah (BPU)

Pekerja Bukan Penerima Upah (BPU) adalah pekerja yang melakukan kegiatan atau usaha ekonomi secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari kegiatan atau usahanya tersebut yang meliputi: Pekerja di luar hubungan kerja atau Pekerja mandiri dan Pekerja yang tidak termasuk pekerja di luar hubungan kerja yang bukan menerima Upah.

2. Kepesertaan BPU

Dapat mendaftar sendiri langsung ke Kantor Cabang BPJS Ketenagakerjaan atau mendaftar melalui wadah/ kelompok/ Mitra/ Payment Point (Agregator/Perbankan) yang telah melakukan Ikatan Kerja Sama (IKS) dengan BPJS Ketenagakerjaan dengan cukup dengan menyerahkan NIK (Nomor Induk Kependudukan) dan mengisi formulir BPU.

3. Iuran Bukan Penerima Upah (BPU)

Tabel 4.1
Iuran Program BPU

Program	Nilai Iuran
JKK	1% (Berdasarkan nominal tertentu sesuai kemampuan penghasilan)
JKM	Rp 6.800
JHT	2% (Berdasarkan nominal tertentu sesuai dengan kelompok upah yang dilaporkan)

Sumber : Data diolah, 2018.

4. Jenis Program dan Manfaat

a. Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK)

JKK merupakan jaminan yang memberikan kompensasi dan rehabilitasi bagi pekerja yang mengalami kecelakaan dalam hubungan kerja termasuk kecelakaan yang terjadi dalam perjalanan dari rumah menuju tempat kerja atau sebaliknya dan penyakit yang disebabkan oleh lingkungan kerja.

Manfaat Program JKK pada BPU terdiri dari biaya pengangkutan tenaga kerja yang mengalami kecelakaan kerja, biaya rehabilitasi, penggantian upah Sementara Tidak Mampu Bekerja (STMB), santunan cacat tetap sebagian, santunan cacat total tetap, santunan kematian (sesuai label), biaya pemakaman,

santunan berkala bagi yang meninggal dunia dan cacat total tetap.

b. Jaminan Kematian (JKM)

JKM diperuntukan untuk ahli waris tenaga kerja peserta BPJS Ketenagakerjaan yang meninggal dunia bukan karena kecelakaan kerja. Manfaat Program JKM terdiri dari santunan kematian, biaya pemakaman, santunan berkala dan beasiswa untuk 1 anak.

c. Jaminan Hari Tua (JHT)

JHT merupakan program penghimpunan dana yang ditujukan sebagai simpanan yang dapat dipergunakan oleh peserta. Manfaat Program JHT terdiri dari pengambilan dana keseluruhan iuran yang telah dibayarkan beserta pengembangan dananya.

4.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini sebanyak 305 orang, yaitu tenaga kerja informal yang telah mengikuti Program BPU di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak periode Bulan Januari sampai dengan Maret tahun 2018.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki laki	163	53%
Perempuan	142	47%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 305 responden yang mengisi kuisioner penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki sebesar 53% dengan jumlah 163 orang, sedangkan untuk yang berjenis kelamin perempuan sebesar 47% dengan jumlah 142 orang.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
20 - 30 thn	128	42%
31 - 40 thn	134	44%
41 - 50 thn	42	14%
> 50 thn	1	0%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 305 responden yang mengisi kuisioner ini sebagian besar berumur 31-40 tahun sebesar 44% dengan jumlah 134 orang, kemudian yang berumur 20-30 tahun sebesar 42% dengan jumlah 128 orang, yang berumur 41-50 tahun sebesar 14% dengan jumlah 42 orang, dan yang paling rendah yaitu berumur >50 tahun yaitu hanya 1 orang

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Buruh	10	3%
Driver Online	58	19%
Freelance	60	20%
Pedagang	87	28%
Pekerja Lepas	8	3%
Wirausaha	82	27%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Tabel di atas menyatakan bahwa dari 305 responden yang mengisi kuisioner penelitian ini mayoritas bekerja sebagai Pedagang yaitu sebesar 28% dengan jumlah 87 orang, kemudian sebagai Wirausaha sebesar 27% dengan jumlah 82 orang, sebagai Freelance sebesar 20% dengan jumlah 60 orang, sebagai Driver Online sebesar 19% dengan jumlah 58 orang, sebagai Buruh sebesar 3% dengan

jumlah 10 orang, dan sebagai Pekerja Lepas sebesar 3% dengan jumlah 8 orang.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase
< Rp 5.000.000	196	64%
Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	96	32%
Rp 10.100.000 – Rp 15.000.000	12	4%
> Rp 15.000.000	1	0%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Tabel di atas menyatakan bahwa dari 305 responden yang mengisi kuisioner penelitian ini mayoritas berpendapatan < Rp 5.000.000 sebanyak 64% atau 196 orang, kemudian responden dengan pendapatan Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 sebesar 32% atau 96 orang, responden dengan pendapatan Rp 10.100.000 – Rp 15.000.000 sebesar 4% atau 12 orang, dan responden dengan pendapatan > Rp 15.000.000 hanya 1 orang.

4.3. Analisis Deskriptif Variabel

4.3.1 Distribusi Jawaban Responden Mengenai *Personal Selling*

1. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak berpenampilan rapi”

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1

Katagori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	2%
Tidak Setuju	9	3%
Netral	52	17%
Setuju	192	63%
Sangat Setuju	47	15%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Pada tabel 4.6 diperoleh sebanyak 192 orang menyatakan Setuju bahwa tenaga penjual BPJS TK Cilandak berpenampilan rapi dengan persentase 63%. Kemudian 52 orang menyatakan Netral dengan persentase 17%, 47 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 15%, 9 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 3% dan 5 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju dengan persentase 2%.

2. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak bersikap ramah”

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2

Katagori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	0%
Tidak Setuju	9	3%
Netral	68	22%
Setuju	171	56%
Sangat Setuju	56	19%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Pada tabel 4.7 diperoleh sebanyak 171 orang menyatakan Setuju bahwa tenaga penjual BPJS TK Cilandak bersikap ramah dengan

persentase 56%, kemudian 68 orang menyatakan Netral dengan persentase 22%, 56 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 19%, 9 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 3% dan 1 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju.

3. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menjelaskan Program BPU secara jelas”

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 3

Kategori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	1%
Tidak Setuju	10	3%
Netral	69	23%
Setuju	148	48%
Sangat Setuju	76	25%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Pada tabel 4.8 diperoleh sebanyak 148 orang menyatakan Setuju bahwa tenaga penjual BPJS TK Cilandak menjelaskan Proram BPU dengan jelas dan rinci dengan persentase 48%, kemudian 76 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 25%, 69 orang menyatakan Netral dengan persentase 23%, 10 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 3% dan 2 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju dengan persentase 1%.

4. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menggunakan bahasa yang mudah dimengerti

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 4

Katagori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	0%
Tidak Setuju	13	4%
Netral	126	41%
Setuju	121	40%
Sangat Setuju	44	15%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Pada tabel 4.9 diperoleh sebanyak 126 orang menyatakan Netral bahwa tenaga penjual BPJS TK Cilandak menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dengan persentase 41%, kemudian 121 orang menyatakan Setuju dengan persentase 40%, 44 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 15%, 13 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 4% dan 1 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju.

5. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menangani keberatan untuk mengikuti Program BPU”

Tabel 4.10
Distribusi Tanggapan Responden

Katagori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	0%
Tidak Setuju	8	3%
Netral	80	26%
Setuju	170	56%
Sangat Setuju	46	15%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Pada tabel 4.10 diperoleh sebanyak 170 orang menyatakan Setuju bahwa tenaga penjual BPJS TK Cilandak menangani keberatan dengan baik dengan persentase 56%, kemudian 80 orang

menyatakan Netral dengan persentase 26%, 46 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 15%, 8 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 3% dan 1 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju.

6. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menjawab pertanyaan dengan baik”

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 6

Kategori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	5	2%
Netral	70	23%
Setuju	171	56%
Sangat Setuju	59	19%
Total	305	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018.

Pada tabel 4.11 diperoleh sebanyak 171 orang menyatakan Setuju bahwa tenaga penjual BPJS TK Cilandak menjawab pertanyaan secara baik dengan persentase 56%, kemudian 70 orang menyatakan Netral dengan persentase 23%, 59 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 19%, 5 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 2%.

7. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menutup komunikasi dengan mendorong calon nasabah untuk mengikuti program BPU.”

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 7

Katagori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	0%
Tidak Setuju	13	4%
Netral	69	23%
Setuju	135	44%
Sangat Setuju	87	29%
TOTAL	305	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018.

Pada tabel 4.12 diperoleh sebanyak 135 orang menyatakan Setuju bahwa tenaga penjual BPJS TK Cilandak menutup komunikasi dengan mendorong responden untuk mengikuti program BPU dengan persentase 44%, kemudian 87 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 29%, 69 orang menyatakan Netral dengan persentase 23%, 13 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 4%, dan 1 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4.3.2 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian

1. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Saya tertarik mengikuti Program BPU karena saya membutuhkannya”

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 8

Katagori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	0%
Tidak Setuju	39	13%
Netral	125	41%
Setuju	103	34%
Sangat Setuju	37	12%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Pada tabel 4.13 diperoleh sebanyak 125 orang menyatakan Netral bahwa responden tertarik mengikuti Program BPU karena membutuhkannya dengan persentase 41%, kemudian 103 orang menyatakan Setuju dengan persentase 34%, 39 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 13%, 37 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 12%, dan 1 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju.

2. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Saya mengetahui Program BPU melalui tenaga penjual BPJS TK Cilandak”

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 9

Katagori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	1%
Tidak Setuju	10	3%
Netral	63	21%
Setuju	120	39%
Sangat Setuju	110	36%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Pada tabel 4.14 diperoleh sebanyak 120 orang menyatakan Setuju bahwa responden mengetahui Program Bpu dari tenaga penjual BPJS TK Cilandak dengan persentase 39%, kemudian 110 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 36%, 63 orang menyatakan Netral dengan persentase 21%, 10 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 3%, dan 2 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju dengan persentase 1%.

3. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Saya mengevaluasi manfaat yang saya dapatkan dari program BPU di BPJS TK Cilandak dan membandingkan dengan asuransi yang sesuai dengan kebutuhan”

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 10

Katagori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	0%
Tidak Setuju	10	3%
Netral	73	24%
Setuju	169	56%
Sangat Setuju	52	17%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Pada tabel 4.15 diperoleh sebanyak 169 orang menyatakan Setuju bahwa responden mengevaluasi manfaat yang didapat dari Program BPU dan membandingkannya dengan asuransi yang sesuai dengan kebutuhan dengan persentase 56%, kemudian 73 orang menyatakan Netral dengan persentase 24%, 52 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 17%, 10 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 3%, dan 1 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4. Tanggapan Responden Terkait Pertanyaan “Saya tertarik mengikuti Program BPU di BPJS TK Cilandak”

Table 4.16
Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 11

Katagori	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	0%
Tidak Setuju	12	4%
Netral	54	18%
Setuju	159	52%
Sangat Setuju	79	26%
Total	305	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Pada tabel 4.15 diperoleh sebanyak 159 orang menyatakan Setuju bahwa responden tertarik untuk mengikuti Program BPU di

BPJS TK Cilandak dengan persentase 52%, kemudian 79 orang menyatakan Sangat Setuju dengan persentase 26%, 54 orang menyatakan Netral dengan persentase 18%, 12 orang menyatakan Tidak Setuju dengan persentase 4%, dan 1 orang menyatakan Sangat Tidak Setuju.

4.4. Hasil Analisis Data

4.4.1 Uji Validitas

Pada penelitian ini yang menjadi dasar pengambilan keputusan uji validitas berdasarkan rtabel dengan tingkat ketelitian sebesar 95% atau tingkat kesalahan sebesar 5%. Dari jumlah N=30 dengan nilai rtabel yaitu 0,3610. Berikut adalah hasil uji validitas kepada 30 responden yang telah mengisi kuisioner penelitian ini dengan menggunakan pengukuran SPSS :

Tabel 4.17
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Kuisioner	r Tabel	r Hitung	Keterangan
<i>Personal Selling</i> , Sumber : Fandy Tjiptono	1	0.3610	0.7200	Valid
	2	0.3610	0.6290	Valid
	3	0.3610	0.6490	Valid
	4	0.3610	0.6730	Valid
	5	0.3610	0.5430	Valid
	6	0.3610	0.6910	Valid
	7	0.3610	0.5370	Valid
Keputusan Pembelian, Sumber : Kotler & Amstrong	8	0.3610	0.4680	Valid
	9	0.3610	0.6610	Valid
	10	0.3610	0.8020	Valid
	11	0.3610	0.6860	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Hasil pengujian di atas menunjukkan dari semua pertanyaan terkait *personal selling* dan keputusan pembelian adalah valid, karena jumlah r hitung > r tabel yaitu 0.3610.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah langkah selanjutnya setelah Uji Validitas. Dalam penelitian ini yang menjadi ukuran atau keputusan hasil uji berdasarkan *Cronbach Alpha*, yaitu jika nilai reliabilitasnya > 0,600 maka instrumen dapat dikatakan reliabel.

Di bawah ini adalah hasil Uji Reliabilitas dengan perolehan berdasarkan *Cronbach Alpha* menggunakan pengukuran SPSS :

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Personal Selling</i>	0,807	Baik
Keputusan Pembelian	0,783	Diterima

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada kedua variabel reliabel atau konsisten, karena jika alpha atau r hitung :

0,8 – 1,0 = Reliabilitas baik
0,6 – 0,799 = Reliabilitas diterima
< 0,6 = Reliabilitas kurang baik

4.5 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *personal selling* dan keputusan pembelian Program BPU pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak. Dalam analisa data digunakan teknik tabulasi sederhana dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.19
Analisis *Personal Selling* BPJS Ketenagakerjaan Cilandak

No	Pernyataan	Jawaban					Total	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak berpenampilan rapi	5	9	52	192	47	1182	3,88
2	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak bersikap ramah	1	9	68	171	56	1187	3,89
3	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menjelaskan Program BPU dan manfaatnya secara jelas	2	10	69	148	76	1201	3,94
4	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	1	13	126	121	44	1109	3,64
5	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menangani keberatan untuk mengikuti Program BPU	1	8	80	170	46	1167	3,83
6	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menjawab pertanyaan dan keberatan dengan baik	0	5	70	171	59	1199	3,93
7	Tenaga Penjual BPJS TK Menutup komunikasi dengan mendorong calon nasabah untuk mengikuti program BPU.	1	13	69	135	87	1209	3,96
Nilai rata-rata pertanyaan responden							1179	3,87

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan hasil analisis di atas didapatkan nilai rata-rata pada *Personal Selling* BPJS Ketenagakerjaan Cabang Cilandak sebesar 3,87. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa tenaga penjual BPJS TK Cilandak menjawab menutup komunikasi responden untuk mengikuti Proram BPU sebesar 3,96. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan bahwa tenaga penjual menggunakan bahasa yang mudah dimengerti sebesar 3,64.

Tabel 4.20
Analisis Keputusan Pembelian Program BPU

No	Indikator	Jawaban					Total	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya tertarik mengikuti Program BPU karena saya membutuhkannya	1	39	125	103	37	1051	3,45
2	Saya mengetahui BPJS TK dan Program BPU melalui tenaga penjual BPJS TK Cilandak	2	10	63	120	110	1241	4,07
3	Saya mengevaluasi manfaat yang saya dapatkan dari program BPU di BPJS TK dan membandingkan dengan asuransi yang sesuai dengan kebutuhan	1	10	73	169	52	1176	3,86
4	Saya tertarik untuk mengikuti Program BPU di BPJS TK Cilandak	1	12	54	159	79	1218	3,99
Nilai rata-rata pertanyaan responden							1172	3,84

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan hasil analisis di atas didapatkan nilai rata-rata pada Keputusan Pembelian Program BPU pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Cilandak sebesar 3,84. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa responden mengetahui Program BPU melalui tenaga penjual BPJS TK Cilandak sebesar 4,07. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan bahwa responden tertarik mengikuti Program BPU karena memang membutuhkannya sebesar 3,45.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai *Personal Selling* dan Keputusan Pembelian Program BPU pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik dari 305 responden yang telah mengisi kuisisioner penelitian ini didapatkan yaitu pada jenis kelamin laki-laki sebanyak 163 orang atau 53% sedangkan perempuan sebanyak 142 orang atau 47% yang menunjukkan mayoritas pekerja berjenis kelamin laki-laki sebagai pencari nafkah untuk keluarganya. Pada karakteristik usia mayoritas responden berusia 31-40 tahun sebanyak 134 orang atau 44%, dimana diperkirakan usia tersebut sudah mampu untuk mengelola usahanya sendiri dengan pengalaman yang dilalui. Pada karakteristik jenis pekerjaan didominasi oleh pedagang sebanyak 87 orang atau 28% karena sosialisasi yang dilakukan di pasar yang memang mayoritas pekerjanya sebagai pedagang yang menetap maupun berkeliling. Pada karakteristik pendapatan mayoritas memiliki pendapatan perbulan sebesar < Rp 5.000.000, berarti dengan jaminan sosial BPU yang menyediakan tingkatan kemampuan membayar iuran sudah cukup bagus bagi sektor informal karena pendapatan mereka yang tidak dapat diperkirakan dengan kebutuhan usaha maupun pribadi mereka.
2. *Personal Selling* pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Cilandak mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,87. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa tenaga penjual BPJS TK Cilandak menjawab menutup komunikasi responden untuk mengikuti Proram BPU sebesar 3,96. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan bahwa tenaga penjual menggunakan bahasa yang mudah dimengerti sebesar 3,6. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Personal Selling* harus lebih di perhatikan lagi, karena rata-rata yang didapatkan dari tertinggi dan terendah memiliki rentang nilai yang tidak terlampaui jauh yaitu hanya selisih 0,32.
3. Keputusan Pembelian Program BPU pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Cilandak mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,84. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa responden mengetahui Program BPU melalui tenaga penjual BPJS TK Cilandak sebesar 4,07. Sedangkan nilai

rata-rata terendah terdapat pada pernyataan bahwa responden tertarik mengikuti Program BPU karena memang membutuhkannya sebesar 3,45. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen perlu lebih diperhatikan, karena rata-rata yang didapatkan dari tertinggi dan terendah memiliki rentang nilai yang tidak terlampau jauh yaitu hanya selisih 0,62.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang didapatkan pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak, maka penulis memberikan saran yaitu melakukan pelatihan terkait kompetensi komunikasi agar dapat meningkatkan kemampuan tenaga penjual dalam berkomunikasi dengan calon konsumen.

Mayoritas masyarakat belum memahami kebutuhan jaminan sosial demi keselamatan dan kesejahteraan dirinya sendiri, serta mengevaluasi manfaat yang mereka dapat dengan mengikuti jaminan sosial BPJS Ketenagakerjaan. Oleh karena itu dengan diadakannya pelatihan kompetensi komunikasi akan dapat membantu untuk meningkatkan pemahaman mereka, terutama bila penggunaan bahasa dalam berkomunikasi dengan mereka karena sebagian besar tingkat pengetahuan dan pemahaman tenaga kerja sektor informal kurang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber :

- Abdurrahman, H. Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Manap, H. Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran Ed. 1*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nembah F. Hartimbul Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu, Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Jakarta: PT. Buku Seru.

Sumber lain :

- Adi. 11 November 2017. Jumlah Pengangguran Bertambah, Bekerja di Sektor Pertanian Upahnya Kecil. <https://news.trubus.id/post/jumlah-pengangguran-bertambah-bekerja-disektor-pertanian-upahnya-kecil-3807>. Diakses pada 17 Januari 2018
- BPJS Ketenagakerjaan, Sejarah. <http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/page/profil/Sejarah.htm>. Diakses pada 18 Januari 2018
- Laporan Kepesertaan BPU, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak, 2018.

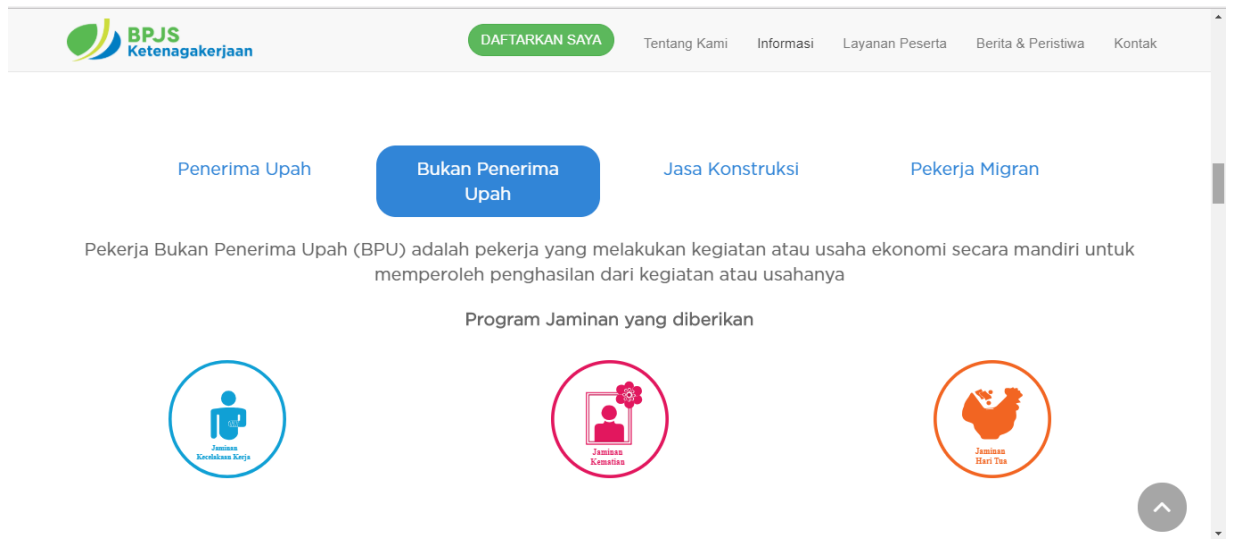
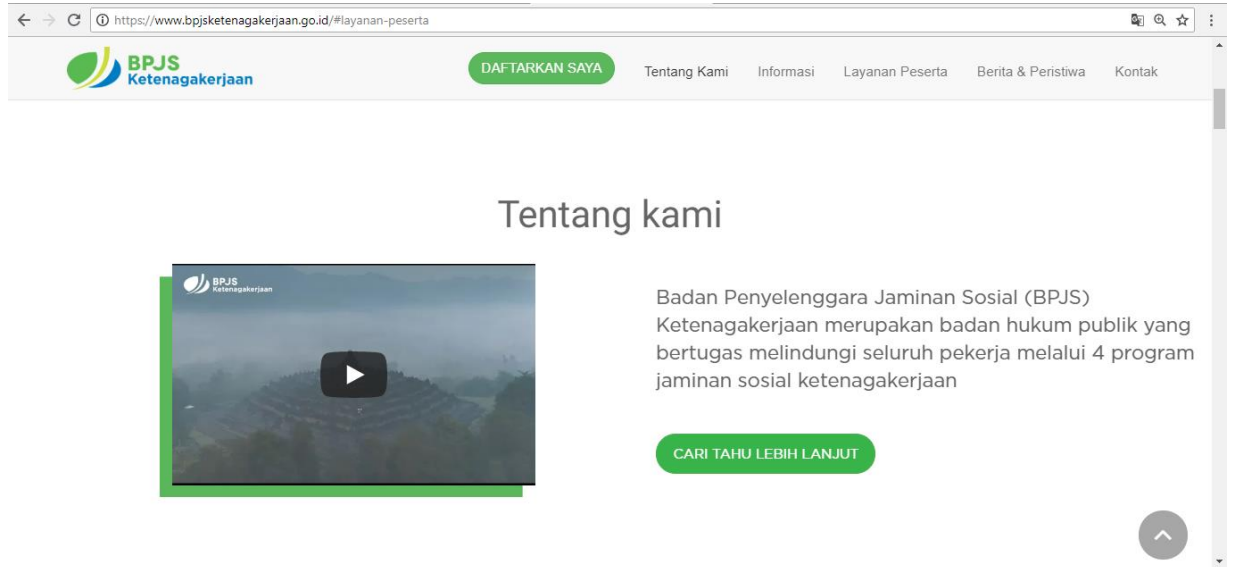
Medistiara, Yulinda. Senin 09 Jan 2017. Tambah Peserta, BPJS Ketenagakerjaan Bidik Pekerja Informal. <https://finance.detik.com/moneter/d-3391248/tambah-peserta-bpjsketenagakerjaanbidik-pekerja-informal>. Diakses pada 17 Januari 2018

Republik Indonesia. 2004. *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional*.

Republik Indonesia. 2015. *Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Kecelakaan Kerja dan Jaminan Kematian*

Lampiran 1

Website BPJS Ketenagakerjaan



Website : <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/>

Lampiran 2

Brosur BPJS Ketenagakerjaan

CARA MENJADI PESERTA

- Mempunyai NIK (Nomor Induk Kependudukan).
- Mengisi formulir F1 BPJU untuk pendaftaran Wadah/ Kelompok/Mitra baru.
- Menghubungi :
 - Kantor Cabang BPJS Ketenagakerjaan terdekat
 - Wadai
 - Mitra/Payment Point (Aggregator/Perbankan) yang telah kerjasama dengan BPJS Ketenagakerjaan.

- Pembayaran iuran dapat dilakukan oleh peserta sendiri atau melalui Wadah/Mitra/Payment Point (Aggregator/Perbankan) secara bulanan / 3 bulan / 6 bulan / 1 tahun sekaligus

Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan
Bagi Pekerja Bukan Penerima Upah

IURAN

Program BPJS Ketenagakerjaan	Nilai iuran
Jaminan Kecelakaan Kerja	1% (berdasarkan nominal tertentu sesuai kemampuan penghasilan)
Jaminan Kematian	Rp. 6.800,-
Jaminan Hari Tua	2% (Berdasarkan nominal tertentu sesuai dengan kelompok upah yang dilaporkan)

☎ 1500 910
www.bpjsketenagakerjaan.go.id
 📱 BPJS Ketenagakerjaan 📺 @BPJSTKInfo 📺 BPJS Ketenagakerjaan

TABEL DASAR UPAH, IURAN DAN MANFAAT

IURAN	DASAR PENYEBARAN MANFAAT	BESARNYA IURAN			MANFAAT					
		JJK 1%	JJK 2%	JHT 2%	MENINGGAL (Santunan Sekelompok)	BIAYA PEMAKAMAN BERKALA 2 Tahun (Sekelompok)	MENINGGAL (Santunan Sekelompok)	BIAYA PEMAKAMAN BERKALA 2 Tahun (Sekelompok)		
sampai dgn 1.099.000	1.000.000	10.000	6.800	20.000	48.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
1.100.000 - 1.299.000	1.200.000	12.000	6.800	24.000	57.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
1.300.000 - 1.499.000	1.400.000	14.000	6.800	28.000	67.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
1.500.000 - 1.699.000	1.600.000	16.000	6.800	32.000	76.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
1.700.000 - 1.899.000	1.800.000	18.000	6.800	36.000	86.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
1.900.000 - 2.099.000	2.000.000	20.000	6.800	40.000	96.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
2.100.000 - 2.299.000	2.200.000	22.000	6.800	44.000	105.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
2.300.000 - 2.499.000	2.400.000	24.000	6.800	48.000	115.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
2.500.000 - 2.699.000	2.600.000	26.000	6.800	52.000	124.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
2.700.000 - 2.899.000	2.800.000	28.000	6.800	56.000	134.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
2.900.000 - 3.099.000	3.000.000	30.000	6.800	60.000	144.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
3.100.000 - 3.299.000	3.200.000	32.000	6.800	64.000	153.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
3.300.000 - 3.499.000	3.400.000	34.000	6.800	68.000	163.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
3.500.000 - 3.699.000	3.600.000	36.000	6.800	72.000	172.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
3.700.000 - 3.899.000	3.800.000	38.000	6.800	76.000	182.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
3.900.000 - 4.099.000	4.000.000	40.000	6.800	80.000	192.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
4.100.000 - 4.299.000	4.200.000	42.000	6.800	84.000	201.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
4.300.000 - 4.499.000	4.400.000	44.000	6.800	88.000	211.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
4.500.000 - 4.699.000	4.600.000	46.000	6.800	92.000	220.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
4.700.000 - 4.899.000	4.800.000	48.000	6.800	96.000	230.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
4.900.000 - 5.099.000	5.000.000	50.000	6.800	100.000	240.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
5.100.000 - 5.299.000	5.200.000	52.000	6.800	104.000	249.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
5.300.000 - 5.499.000	5.400.000	54.000	6.800	108.000	259.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
5.500.000 - 5.699.000	5.600.000	56.000	6.800	112.000	268.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
5.700.000 - 5.899.000	5.800.000	58.000	6.800	116.000	278.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
5.900.000 - 6.099.000	6.000.000	60.000	6.800	120.000	288.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
6.100.000 - 6.299.000	6.200.000	62.000	6.800	124.000	297.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
6.300.000 - 6.499.000	6.400.000	64.000	6.800	128.000	307.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
6.500.000 - 6.699.000	6.600.000	66.000	6.800	132.000	316.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
6.700.000 - 6.899.000	6.800.000	68.000	6.800	136.000	326.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
6.900.000 - 7.099.000	7.000.000	70.000	6.800	140.000	336.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
7.100.000 - 7.299.000	7.200.000	72.000	6.800	144.000	345.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
7.300.000 - 7.499.000	7.400.000	74.000	6.800	148.000	355.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
7.500.000 - 7.699.000	7.600.000	76.000	6.800	152.000	364.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
7.700.000 - 7.899.000	7.800.000	78.000	6.800	156.000	374.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
7.900.000 - 8.099.000	8.000.000	80.000	6.800	160.000	384.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
8.100.000 - 8.299.000	8.200.000	82.000	6.800	164.000	393.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
8.300.000 - 8.499.000	8.400.000	84.000	6.800	168.000	403.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
8.500.000 - 8.699.000	8.600.000	86.000	6.800	172.000	412.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
8.700.000 - 8.899.000	8.800.000	88.000	6.800	176.000	422.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
8.900.000 - 9.099.000	9.000.000	90.000	6.800	180.000	432.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
9.100.000 - 9.299.000	9.200.000	92.000	6.800	184.000	441.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
9.300.000 - 9.499.000	9.400.000	94.000	6.800	188.000	451.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
9.500.000 - 9.699.000	9.600.000	96.000	6.800	192.000	460.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
9.700.000 - 9.899.000	9.800.000	98.000	6.800	196.000	470.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
9.900.000 - 10.099.000	10.000.000	100.000	6.800	200.000	480.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
10.100.000 - 10.299.000	10.200.000	102.000	6.800	204.000	489.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
10.300.000 - 10.499.000	10.400.000	104.000	6.800	208.000	499.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
10.500.000 - 10.699.000	10.600.000	106.000	6.800	212.000	508.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
10.700.000 - 10.899.000	10.800.000	108.000	6.800	216.000	518.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
10.900.000 - 11.099.000	11.000.000	110.000	6.800	220.000	528.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
11.100.000 - 11.299.000	11.200.000	112.000	6.800	224.000	537.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
11.300.000 - 11.499.000	11.400.000	114.000	6.800	228.000	547.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
11.500.000 - 11.699.000	11.600.000	116.000	6.800	232.000	556.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
11.700.000 - 11.899.000	11.800.000	118.000	6.800	236.000	566.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
11.900.000 - 12.099.000	12.000.000	120.000	6.800	240.000	576.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
12.100.000 - 12.299.000	12.200.000	122.000	6.800	244.000	585.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
12.300.000 - 12.499.000	12.400.000	124.000	6.800	248.000	595.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
12.500.000 - 12.699.000	12.600.000	126.000	6.800	252.000	604.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
12.700.000 - 12.899.000	12.800.000	128.000	6.800	256.000	614.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
12.900.000 - 13.099.000	13.000.000	130.000	6.800	260.000	624.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
13.100.000 - 13.299.000	13.200.000	132.000	6.800	264.000	633.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
13.300.000 - 13.499.000	13.400.000	134.000	6.800	268.000	643.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
13.500.000 - 13.699.000	13.600.000	136.000	6.800	272.000	652.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
13.700.000 - 13.899.000	13.800.000	138.000	6.800	276.000	662.400.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
13.900.000 - 14.099.000	14.000.000	140.000	6.800	280.000	672.000.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
14.100.000 - 14.299.000	14.200.000	142.000	6.800	284.000	681.600.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
14.300.000 - 14.499.000	14.400.000	144.000	6.800	288.000	691.200.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.800.000
14.500.000 - 14.699.000	14.600.000	146.000	6.800	292.000	700.800.000	3.000.000	4.800.000	16.200.000	3.000.000	4.8

TENTANG PEKERJA

BUKAN PENERIMA UPAH (BPU)

Pekerja Bukan Penerima Upah (BPU) adalah pekerja yang melakukan kegiatan atau usaha ekonomi secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari kegiatan atau usahanya tersebut yang meliputi : Pemberi Kerja; Pekerja di luar hubungan kerja atau Pekerja mandiri dan Pekerja yang tidak termasuk pekerja di luar hubungan kerja yang bukan menerima Upah, contoh Tukang Ojek, Supir Angkot, Pedagang Keliling, Dokter, Pengacara/Advokat, Artis, dan lain-lain

KEPESERTAAN PEKERJA

BUKAN PENERIMA UPAH (BPU)

- Dapat mengikuti program BPJS Ketenagakerjaan secara bertahap dengan memilih program sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan peserta.
- Dapat mendaftar sendiri langsung ke Kantor Cabang BPJS Ketenagakerjaan atau mendaftar melalui wadah/kelompok/Mitra/Payment Point (Aggregator/Perbankan) yang telah melakukan Ikatan Kerja Sama (IKS) dengan BPJS Ketenagakerjaan.

TENTANG DAN MANFAAT

JAMINAN KECELAKAAN KERJA (JKK)

JKK merupakan jaminan yang memberikan kompensasi dan rehabilitasi bagi pekerja yang mengalami kecelakaan dalam hubungan kerja termasuk kecelakaan yang terjadi dalam perjalanan dari rumah menuju tempat kerja atau sebaliknya dan penyakit yang disebabkan oleh lingkungan kerja.

1 BIAYA PENGANGKUTAN (MAKSIMUM)

Darat/sungai/danau	Rp 1.000.000,-
Laut	Rp 1.500.000,-
Udara	Rp 2.500.000,-

Jika menggunakan lebih dari 1 jasa angkutan, maka berhak atas biaya maksimal dari masing-masing jenis angkutan.

2 BIAYA PENGOBATAN DAN PERAWATAN

Biaya perawatan dan pengobatan sesuai kebutuhan medisnya

3 SEMENTARA TIDAK MAMPU BEKERJA (STMB)

Enam (6) bulan pertama	100% x upah sebulan
Enam(6) bulan kedua	75% x upah sebulan
Enam (6) bulan ketiga dan seterusnya	50% x upah sebulan

4 PENGGANTIAN GIGI TIRUAN

Rp 3.000.000,- (maksimum)

5 SANTUNAN CACAT

Cacat Sebagian Anatomis	% tabel x 80 x upah sebulan
Cacat Total Tetap	70% x 80 x upah sebulan
Cacat Sebagian Fungsi	%kurang fungsi x %tabel x 80 x upah sebulan

6 SANTUNAN KEMATIAN

Santunan Kematian	60% x 80 upah sebulan (paling sedikit sebesar JKM)
Berkala dibayar sekaligus	24 bulan x Rp. 200.000,- = Rp. 4.800.000,-*
Biaya pemakaman	Rp 3.000.000,-

*) sesuai dengan PP Nomor 44 tahun 2015

7 BIAYA REHABILITASI

Rehabilitasi berupa alat bantu (orthese) dan/atau alat ganti (prothese) bagi Peserta yang anggota badannya hilang atau tidak berfungsi akibat Kecelakaan Kerja untuk setiap kasus dengan patokan harga yang ditetapkan oleh Pusat Rehabilitasi Rumah Sakit Umum Pemerintah ditambah 40% (empat puluh persen) dari harga tersebut serta biaya rehabilitasi medis.

8 BANTUAN BEASISWA

Bantuan beasiswa kepada 1 (satu) anak Peserta yang masih sekolah sebesar Rp 12.000.000,00 (dua belas juta rupiah) untuk setiap Peserta, apabila Peserta meninggal dunia atau Cacat total tetap akibat Kecelakaan Kerja.

TENTANG

JAMINAN KEMATIAN (JKM)

Jaminan Kematian (JKM) diperuntukkan bagi ahli waris tenaga kerja peserta BPJS Ketenagakerjaan yang meninggal dunia bukan karena kecelakaan kerja. JKM diperlukan untuk membantu meringankan beban keluarga dalam bentuk biaya pemakaman dan uang santunan.

MANFAAT

JAMINAN KEMATIAN (JKM)

Program ini memberikan manfaat kepada keluarga pekerja seperti:

- Santunan Kematian Rp 16.200.000,-
- Santunan berkala Rp 200.000,00 x 24 bulan = Rp 4.800.000,- dibayar sekaligus.
- Biaya Pemakaman Rp 3.000.000,-

- Beasiswa pendidikan 1 (satu) anak diberikan kepada setiap peserta yang meninggal dunia bukan akibat kecelakaan kerja dan telah memiliki masa iur paling singkat 5 (lima) tahun sebesar Rp. 12.000.000,-

TENTANG

JAMINAN HARI TUA (JHT)

Program Jaminan Hari Tua (JHT) merupakan program penghimpunan dana yang ditujukan sebagai simpanan yang dapat dipergunakan oleh peserta, terutama bila penghasilan yang bersangkutan terhenti karena berbagai sebab, seperti cacat total tetap, telah mencapai usia 56 tahun, meninggal dunia atau berhenti bekerja (PHK, mengundurkan diri, atau meninggalkan Indonesia untuk selama-lamanya)

MANFAAT

JAMINAN HARI TUA (JHT)

Pembayaran manfaat JHT dapat diambil sekaligus apabila peserta telah memasuki masa pensiun, cacat total tetap, berhenti bekerja ataupun meninggal dunia dengan masa tunggu 1 (satu) bulan.

Pembayaran manfaat JHT dapat diberikan sebagian sampai batas tertentu apabila Peserta telah memiliki masa kepesertaan paling singkat 10 (sepuluh) tahun.

Besarnya manfaat JHT adalah sebesar nilai akumulasi seluruh iuran yang telah disetor ditambah hasil pengembangannya yang tercatat dalam rekening perorangan Peserta dan dibayarkan sekaligus.

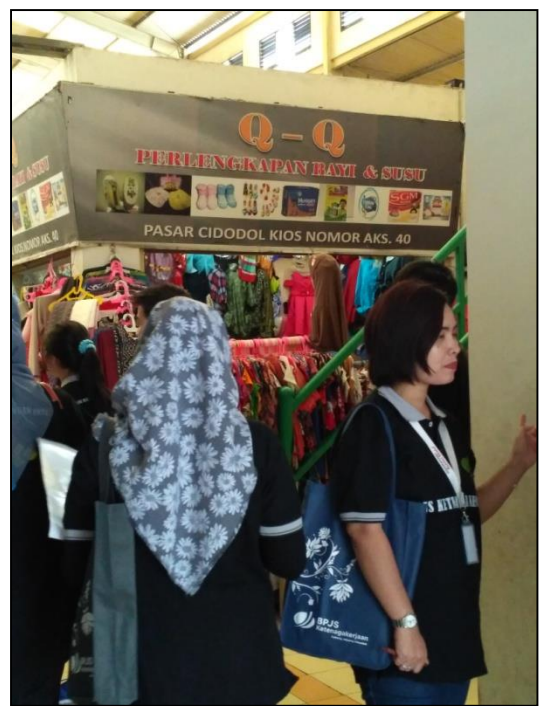
Pengambilan manfaat JHT sampai batas tertentu, paling banyak 30% (tiga puluh persen) dari jumlah JHT, yang peruntukannya untuk kepemilikan rumah atau paling banyak 10% (sepuluh persen) untuk keperluan lain sesuai persiapan memasuki masa pensiun.



Lampiran 3

Dokumentasi Sosialisasi *Personal Selling* BPJS Ketenagakerjaan

Cabang Jakarta Cilandak





Lampiran 4

Tabel r

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

Lampiran 5

Hasil Output Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6
P1	Pearson Correlation	1	,360	,434	,644**	,349	,355
	Sig. (2-tailed)		,051	,017	,000	,059	,054
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,360	1	,322	,434	,244	,488**
	Sig. (2-tailed)	,051		,083	,017	,195	,006
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,434	,322	1	,513**	,407	,463**
	Sig. (2-tailed)	,017	,083		,004	,026	,010
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,644**	,434	,513**	1	,288	,439
	Sig. (2-tailed)	,000	,017	,004		,123	,015
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,349	,244	,407	,288	1	,217
	Sig. (2-tailed)	,059	,195	,026	,123		,250
	N	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	,355	,488**	,463**	,439	,217	1
	Sig. (2-tailed)	,054	,006	,010	,015	,250	
	N	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,485**	,217	,376	,150	,303	,283
	Sig. (2-tailed)	,007	,249	,041	,430	,103	,129
	N	30	30	30	30	30	30
K1	Pearson Correlation	,177	,213	,153	,169	-,039	,352
	Sig. (2-tailed)	,351	,259	,419	,371	,838	,056
	N	30	30	30	30	30	30
K2	Pearson Correlation	,330	,268	,299	,251	,482**	,498**
	Sig. (2-tailed)	,075	,153	,108	,181	,007	,005
	N	30	30	30	30	30	30
K3	Pearson Correlation	,453	,510**	,384	,399	,458	,479**
	Sig. (2-tailed)	,012	,004	,036	,029	,011	,007
	N	30	30	30	30	30	30
K4	Pearson Correlation	,416	,407	,200	,304	,240	,366
	Sig. (2-tailed)	,022	,026	,288	,102	,202	,047
	N	30	30	30	30	30	30
XY	Pearson Correlation	,720**	,629**	,649**	,673**	,543**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30

Lampiran 6

Hasil Ouput Uji Reliabilitas

Personal Selling

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,807	7

Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,783	4

Lampiran 7

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS *PERSONAL SELLING* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PROGRAM BPU (BUKAN PENERIMA UPAH) PADA BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG JAKARTA CILANDAK

Yth.

Bapak/Ibu, Saudara/i Responden

Di Tempat.

Dengan hormat,

Saya Priska Hayuantias mahasiswa dari Politeknik Negeri APP Jakarta sedang melakukan survey lapangan berkaitan dengan penulisan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Pengambilan Keputusan Keikutsertaan Program BPU (Bukan Penerima Upah) Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak”**

Saya berharap Saudara berkenan untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini untuk mendapatkan hasil yang *valid*, karena kuisisioner ini merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kegiatan *Personal Selling* Program BPU terhadap pengambilan keputusan keikutsertaan pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak.

Saya berharap Saudara berkenan mengisi seluruh pertanyaan pada kuisisioner ini dengan sejujur-jujurnya. Jawaban yang disampaikan akan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Saudara saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Priska Hayuantias

I. Karakteristik Responden

Berilah tanda “V” pada pilihan jawaban yang Saudara pilih.

- a. Nama : _____
- b. Pekerjaan : _____
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- d. Usia : 20 – 30 tahun
 31 – 40 tahun
 41 - 50 tahun
 > 50 tahun
- e. Pendapatan : <Rp 5.000.000
 Rp 5.100.000 – Rp 10.000.000
 Rp 11.100.000 – Rp 15.000.000
 >Rp 15.000.000

II. Daftar Pertanyaan

Berilah tanda “V” sesuai dengan pilihan jawaban Saudara.

- Keterangan : SS : Sangat Setuju
ST : Setuju
RG : Ragu-ragu
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pertanyaan	Skor				
	Personal Selling	SS	ST	N	TS	STS
1	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak berpenampilan rapi					
2	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak bersikap ramah					
3	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menjelaskan Program BPU dan manfaatnya secara jelas					
4	Tenaga Penjual BPJ TK Cilandak menggunakan bahasa yang mudah dimengerti					
5	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menangani keberatan untuk mengikuti Program BPU					
6	Tenaga Penjual BPJS TK Cilandak menjawab pertanyaan dan keberatan dengan baik					
7	Tenaga Penjual BPJS TK Menutup komunikasi dengan mendorong calon nasabah untuk mengikuti program BPU.					

No	Keputusan Pembelian	SS	ST	N	TS	STS
8	Saya tertarik mengikuti Program BPU karena saya membutuhkannya					
9	Saya mengetahui BPJS TK dan Program BPU melalui tenaga penjual BPJS TK Cilandak					
10	Saya mengevaluasi manfaat yang saya dapatkan dari program BPU di BPJS TK dan membandingkan dengan asuransi yang sesuai dengan kebutuhan					
11	Setelah tertarik untuk mengikuti Program BPU di BPJS TK Cilandak					

TTD,

Lampiran 8**Hasil Output Kuisisioner 305 Responden**

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	K1	K2	K3	K4	Jumlah
1	3	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	40
2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	37
3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	53
4	4	5	3	3	4	3	3	5	4	3	3	40
5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	50
6	4	4	3	3	2	4	2	4	3	4	4	37
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
8	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	44
9	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	3	46
10	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	3	34
11	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	40
12	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	39
13	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	40
14	5	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	46
15	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	5	45
16	4	4	5	3	4	4	4	5	3	3	5	44
17	4	5	5	3	3	4	3	5	3	3	4	42
18	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	42
19	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	41
20	4	3	5	3	4	4	4	5	4	3	4	43
21	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	41
22	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	42
23	3	3	4	2	3	4	3	5	3	4	5	39
24	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	42
25	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	36
26	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	35
27	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	42
28	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	5	36
29	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	40
30	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	34
31	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	42
32	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	34

70	4	4	2	3	4	3	4	2	4	4	4	38
71	2	5	2	2	3	4	2	4	3	4	4	35
72	2	3	4	2	3	4	3	2	4	2	3	32
73	3	2	4	3	4	2	3	4	2	4	2	33
74	4	3	2	4	2	3	3	4	3	2	4	34
75	3	3	2	3	4	2	3	2	4	3	3	32
76	2	3	4	2	3	3	4	3	2	2	2	30
77	4	3	3	2	4	3	4	2	3	4	3	35
78	3	3	4	2	3	3	4	2	4	4	2	34
79	2	3	4	2	3	4	2	4	3	2	3	32
80	3	4	2	3	2	4	3	4	2	4	3	34
81	4	4	4	5	3	4	2	3	3	4	3	39
82	4	2	2	2	1	2	3	3	1	1	2	23
83	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	50
84	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	39
85	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	42
86	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	43
87	4	5	4	5	3	4	4	4	3	5	5	46
88	3	2	3	5	4	4	2	3	4	3	3	36
89	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	23
90	3	3	3	2	3	3	3	5	5	5	5	40
91	1	2	2	4	4	3	5	3	5	2	3	34
92	2	5	3	2	4	3	3	3	1	5	5	36
93	5	5	4	4	5	3	4	2	3	3	3	41
94	1	2	2	3	3	4	4	2	4	4	4	33
95	2	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	37
96	1	2	1	1	2	3	2	3	3	2	3	23
97	2	5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	44
98	1	5	4	5	3	4	5	2	4	4	4	41
99	3	2	5	4	4	4	5	2	3	3	3	38
100	5	3	3	5	3	5	3	3	2	3	2	37
101	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	41
102	2	3	4	4	4	3	3	2	5	5	5	40
103	3	4	2	3	4	3	3	2	5	3	2	34
104	4	4	5	4	2	3	3	3	2	3	3	36
105	4	4	3	3	4	5	3	3	3	3	3	38
106	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	36

107	4	1	1	4	4	3	2	4	5	3	2	33
108	4	5	5	3	4	3	3	1	3	5	5	41
109	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	1	37
110	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	28
111	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	2	40
112	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	47
113	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	44
114	5	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	45
115	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	44
116	4	3	4	4	3	4	5	4	5	3	4	43
117	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	41
118	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	37
119	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	37
120	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	45
121	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	44
122	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	37
123	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
124	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	52
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
126	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
128	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	53
129	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	39
130	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	41
131	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	44
132	4	4	5	3	3	4	5	3	5	4	4	44
133	4	3	4	4	4	3	5	3	4	4	5	43
134	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	3	43
135	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	5	43
136	3	3	4	4	5	2	4	4	5	3	5	42
137	4	4	5	4	3	4	3	3	5	5	4	44
138	3	4	3	4	5	4	4	2	3	5	4	41
139	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	42
140	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	48
141	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	41
142	3	4	4	3	5	3	4	5	3	4	3	41
143	3	4	4	3	3	4	5	5	4	5	4	44

144	4	4	3	3	4	3	5	3	4	5	4	42
145	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	39
146	4	3	4	4	5	4	3	3	3	5	5	43
147	4	3	4	3	5	4	5	3	5	4	4	44
148	4	3	4	3	4	3	5	2	4	4	5	41
149	4	3	4	3	5	4	4	3	3	4	5	42
150	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	45
151	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	42
152	3	4	4	4	3	4	5	3	4	3	5	42
153	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	47
154	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	43
155	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	43
156	3	4	4	3	4	3	5	5	4	3	4	42
157	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	44
158	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	42
159	3	4	5	4	4	3	5	3	5	4	3	43
160	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	44
161	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	42
162	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	42
163	4	4	4	3	4	4	3	5	2	4	5	42
164	4	3	4	3	5	4	5	2	4	3	5	42
165	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	46
166	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	44
167	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	45
168	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	44
169	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	45
170	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	47
171	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	5	39
172	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	42
173	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	38
174	4	3	4	3	3	4	3	3	5	3	4	39
175	4	4	3	3	5	4	3	3	4	5	4	42
176	4	4	4	5	3	3	5	5	4	3	5	45
177	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	4	45
178	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	45
179	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	3	43
180	4	4	3	5	4	3	4	2	4	4	5	42

181	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	5	45
182	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	5	43
183	4	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	42
184	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	44
185	4	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	45
186	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	42
187	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	5	42
188	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	46
189	4	5	4	3	4	4	5	3	4	3	5	44
190	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	44
191	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	5	43
192	4	4	5	3	4	3	5	4	4	3	5	44
193	4	3	4	4	4	4	5	2	5	3	3	41
194	4	3	4	4	5	4	4	2	4	4	4	42
195	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	41
196	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	42
197	4	4	3	4	5	4	4	3	5	3	4	43
198	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	43
199	4	4	3	5	4	4	5	3	4	5	4	45
200	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	46
201	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	5	45
202	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	40
203	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	44
204	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	4	41
205	5	5	5	3	4	5	2	3	5	4	3	44
206	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	44
207	4	4	5	3	4	5	4	3	5	4	5	46
208	4	4	5	3	4	5	4	3	5	4	4	45
209	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	4	49
210	5	5	4	4	4	5	4	2	5	4	4	46
211	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	45
212	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	48
213	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	48
214	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	45
215	5	5	4	4	4	5	3	2	5	4	5	46
216	5	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	45
217	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	48

218	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	39
219	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	39
220	5	5	5	5	5	4	4	2	5	4	4	48
221	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	51
222	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	42
223	5	5	4	3	3	5	4	3	5	4	4	45
224	4	4	4	3	4	5	5	3	5	4	5	46
225	4	4	5	3	4	5	5	2	5	5	4	46
226	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	45
227	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	45
228	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	45
229	4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	4	44
230	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	46
231	4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	4	44
232	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	47
233	4	4	4	3	4	5	3	4	5	4	4	44
234	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	44
235	4	4	5	3	3	4	4	2	3	4	4	40
236	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	40
237	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	44
238	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	43
239	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	46
240	3	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	45
241	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43
242	5	5	5	3	4	4	2	4	4	4	5	45
243	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	45
244	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	43
245	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	47
246	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	43
247	4	4	3	3	4	4	5	3	5	3	3	41
248	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	45
249	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	44
250	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	47
251	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	3	45
252	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
253	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	5	46
254	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	46

255	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	46
256	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	44
257	3	4	4	5	4	4	5	2	4	4	3	42
258	3	4	3	3	5	4	5	4	4	4	3	42
259	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	3	44
260	5	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	43
261	4	3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	45
262	4	4	3	5	4	3	5	2	5	3	5	43
263	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	46
264	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	46
265	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	48
266	4	4	5	3	4	5	4	3	5	4	3	44
267	4	4	5	4	4	5	3	5	5	3	5	47
268	4	4	3	3	4	5	5	2	5	4	3	42
269	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	4	49
270	5	5	4	4	4	5	4	2	5	4	4	46
271	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	46
272	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	48
273	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	46
274	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	46
275	5	5	4	3	4	5	4	5	5	3	5	48
276	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	47
277	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	48
278	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	3	40
279	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	38
280	5	5	5	5	5	4	3	2	5	4	4	47
281	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	51
282	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	42
283	5	5	4	3	3	4	4	4	5	3	4	44
284	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	46
285	4	4	5	4	4	4	4	2	5	5	4	45
286	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	45
287	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	44
288	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	2	42
289	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	45
290	4	4	4	4	4	5	4	2	5	4	5	45
291	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	44

292	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	46
293	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	45
294	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	43
295	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	42
296	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	46
297	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	3	39
298	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	44
299	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	46
300	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	44
301	3	4	3	3	4	4	5	3	5	4	5	43
302	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	45
303	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	41
304	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	43
305	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	43
Total	1182	1187	1201	1109	1167	1199	1209	1051	1241	1176	1218	12940

Lampiran 9**Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing****KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I.
POLITEKNIK APP JAKARTA****LEMBAR KONSULTASI DOSEN PEMBIMBING**

Nama Mahasiswa : **Priska Hayuntias**
NIM : **150300410**
Judul Tugas Akhir : **Analisis Personal Selling dan Keputusan Pembelian Program BPU (Bukan Penerima Upah) Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak**

No.	TANGGAL	POKOK BAHASAN / KONSULTASI	PARAF PEMBIMBING
1.	5 Feb 2018	Konsultasi Judul TA	
2.	15 Feb 2018	Revisi BAB I	
3.	22 Feb 2018	Revisi BAB II	
4.	28 Feb 2018	ACC BAB I, II, III	
5.	9 Mar 2018	Revisi BAB I, II, III	
6.	3 Mei 2018	Konsultasi BAB IV & V	
7.	24 Mei 2018	Revisi BAB IV & V	
8.	18 Juli 2018	ACC BAB IV & V	
9.	20 Ags 2018	Konsultasi Persiapan Sidang	
10.			

Tugas Akhir mahasiswa telah diperiksa dan lolos aplikasi Turnitin dengan skor sbb:

- BAB I : 29 %
- BAB III : 22 %
- BAB IV : 27 %
- BAB V : 8 %

Paraf Dosen Pembimbing : 

Mengetahui,
Program Studi Manajemen Pemasaran
Industri Elektronika
Ketua,

A. R. Arie Wicaksono, S.K.M.,S.T., M.M.

Jakarta, 20 Agustus 2018
Menyatakan mahasiswa tsb. telah
layak untuk mengikuti ujian tugas akhir
Dosen Pembimbing,


Chairul Huda

Lampiran 10

Lembar Penilaian Kerja Praktik

BPJS Ketenagakerjaan

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Fadillah
 Jabatan : Kepala Bidang Pemasaran PU
 Nama Perusahaan : BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak
 Alamat Perusahaan : Jl RA Kartini Kav 13 Cilandak Barat

Menerangkan bahwa hasil evaluasi yang telah kami lakukan terhadap kinerja karyawan tersebut di bawah ini :

Nama : Priska Hayuantias
 Bagian/Departemen : Pemasaran
 Asal Perguruan Tinggi : Politeknik APP Jakarta
 Program Studi : MPIE

No.	Jenis Kemampuan	Tanggapan Pihak Pengguna *				Rencana Tindak Lanjut oleh Program Studi **
		Sangat Baik 80-100	Baik 68-79	Cukup 55-67	Kurang 46-54	
1	Integritas (etika dan moral)	90				
2	Keahlian berdasarkan bidang ilmu (Kompetensi utama)	85				
3	Bahasa Inggris		71			
4	Penggunaan Teknologi	80				
5	Komunikasi	85				
6	Kerjasama Tim		78			
7	Pengembangan Diri	85				
	TOTAL **	425	149			

Jakarta, 8 Agustus 2018
 BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak

Cap perusahaan
BPJS Ketenagakerjaan
 JAKARTA CILANDAK
 A. FADILLAH
 (.....)

*) Harap diisi dengan angka
 **) Diisi oleh pihak kampus

Kantor Cabang Jakarta Cilandak
 Jl. R. A Kartini Kav 13 Cilandak Barat Jakarta Selatan - 12430 T (021) 75917965 (Hunting) F (021) 75917973, 75917974

Lampiran 11

Lembar Keterangan Selesai Kerja Praktik

**SURAT KETERANGAN
PRAKTEK KERJA LAPANGAN**

NOMOR : KET/ 137 /042018

BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Cilandak dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Priska Hayuantias
NIM : 150300410
JURUSAN : Manajemen Pemasaran Industri Elektronika

Telah menyelesaikan Praktek Kerja Lapangan / Magang pada Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak selama 3 (tiga) bulan, terhitung mulai tanggal 2 Januari 2018 sampai dengan 30 Maret 2018,

dengan Rekapitulasi Penilaian sebagai berikut :

NO	UNSUR YANG DINILAI	NILAI
1	Praktek kerja	97
2	Kedisiplinan	98
3	Kerjasama	97
4	Adaptasi	95
5	Kerapihan	97
RATA - RATA		96.8

KRITERIA NILAI	NILAI
81 – 100	A
71 – 80	B
61 – 70	C
51 – 60	D
0 – 50	E

Dikeluarkan : di Jakarta
Pada tanggal : 11 April 2018



Evi Safitri
Kepala Bidang Umum dan SDM

Lampiran 12

Lembar Peserta Seminar

KARTU PESERTA SEMINAR

Nama : Priska Hayuantias
 No. Mhs : 150300410

NO	HARI/TGL	JUDUL SEMINAR	TTD PEMB. SEMINAR	TTD PENGUJI SEMINAR
1	Jumat 9 Mar '18	Peranan Personal Selling dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Rust pd shagdy		
2	Jumat 9 Mar 18	Pengaruh promosi melalui social media social (Instagram) terhadap daya tarik base konsumen pada majalah online life style		
3	Jumat 9 Mar 18	Penerapan Telemarketing pada PT Mobilkamu Corp Indonesia		
4	Selasa, 13 Maret 2018	Pengaruh Public Relation dalam sosialisasi Terhadap Kepuasan Kepercayaan BPSI Tk cabang Bogor		
5	Selasa, 13 Mar 2018	Pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen pada Chict'n Ruli cidar		
6	Kamis 15 Maret 2018	Analisis Ekwitas Merek pakaian Aqg pd. PT Pakaian Pany Jember		
7	Kamis 15 Mar 2018	Analisis Perilaku Berdisiplin Kategori Produk Pakaian Jember Rendel pad PT Bgc tekeminda pkm		
8				
9				
10				

Agustus 2018

Mengetahui,
 Ketua Program Studi

ANTE WI CIPRESMU