

**HUBUNGAN *SELF EFFICACY* DENGAN  
KEMAMPUAN *PERSONAL SELLING* PADA AGEN  
ASURANSI JIWA DI PT.AXA FINANCIAL  
INDONESIA PATTIMURA MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area  
Guna Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat  
Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana**

**Oleh :**

***Amaliadeaz Ayu Zahara***

**NIM : 07 860 0366**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
M E D A N  
2012**

JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN *SELF EFFICACY* DENGAN  
KEMAMPUAN *PERSONAL SELLING* PADA  
AGEN ASURANSI PT AXA FINANCIAL  
INDONESIA PATTIMURA MEDAN

NAMA MAHASISWA : AMALIADAZ AYU ZAHARA

NIM : 07 860 0366

BAGIAN : Psikologi Ilmu Organisasi

MENYETUJUI

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Dra. Mustika, M.Psi

Pembimbing II

Nurmaida Irawani, S.Psi, M.Si

MENGETAHUI

Ketua Jurusan

Rahmi Lubis, S.Psi.

Dekan

Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd

Tanggal Sidang Meja Hijau

**11 Mei 2012**

DIPERTAHANKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI  
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA  
DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN  
DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA (S1) PSIKOLOGI

PADA TANGGAL

MENGESAHKAN  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
Dekan  
Prof. DR. Abdul Munir, M.Pd

DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd

2. Dra. Mustika, M.Psi

3. Nurmaida Irawani, S.Psi, Msi

4. Farida Hanum, S.Psi, M.Psi

5. Laili Alfita, S.Psi, MM

## ABSTRAKSI

### HUBUNGAN ANTARA SELF EFICACY DENGAN KEMAMPUAN PERSONAL SELLING PADA AGEN ASURANSI JIWA DI PT. AXA FINANCIAL INDONESIA MEDAN

Oleh:

**Amaliadeaz Ayu Zahara**

**07 860 0366**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara self efficacy dengan kemampuan *personal selling*, dimana sebagai subjek dalam penelitian ini adalah para agen asuransi PT. AXA Financial Indonesia Medan.

Berdasarkan penjabaran pada bab landasan teori, maka diajukan hipotesis penelitian yang berbunyi: Ada hubungan antara *self efficacy* dengan kemampuan *personal selling*. Para agen asuransi jiwa di PT AXA Financial Indonesia yang memiliki *self efficacy* yang tinggi maka kemampuan personal sellingnya akan lebih baik. Sebaliknya para agen yang memiliki *self efficacy* yang rendah maka akan buruk kemampuan *personal selling* untuk meraih pasar. Berdasarkan analisis data yang menggunakan Analisis Korelasi Product Moment, maka diperoleh hasil sebagai berikut: 1). Terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self efficacy* dengan kemampuan *personal selling*. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,319$  ;  $p < 0,050$ . Artinya semakin tinggi *self efficacy*, maka semakin baik kemampuan *personal selling* para agen asuransi di PT. AXA Financial Indonesia Medan, sebaliknya semakin rendah *self efficacy* maka semakin buruk kemampuan *personal selling* para agen PT. AXA Financial Indonesia Medan. Dengan demikian maka hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, dinyatakan diterima. 2). *Self efficacy* agen PT. AXA Financial Indonesia Medan, berpengaruh terhadap kemampuan *personal selling*. Adapun pengaruh dari *self efficacy* adalah sebesar 10,2%. Ini berarti masih terdapat 89,8% pengaruh dari faktor lain terhadap kemampuan *personal selling* dimana faktor lain tersebut adalah aktifitas manajerial yang terdiri dari motivasi instrinsik, pengalaman dan gaya manajemen serta *personality traits* yang terdiri dari *self monitoring*, androgini, empati, terbuka dan *locus of control*.

Secara umum para agen asuransi jiwa di PT. AXA Financial Indonesia Medan memiliki *self efficacy* yang tinggi. Hal ini dilihat dari mean empirik (150,89) yang lebih besar dari mean hipotetiknya (120). Kemudian kemampuan *personal selling* para agen asuransi jiwa di PT. AXA Financial Indonesia Medan juga tergolong baik sebab mean empiriknya (140,08) lebih besar dari pada mean hipotetiknya (112,50)

Kata Kunci : Self efficacy, Kemampuan *personal selling*, agen asuransi

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang tak henti dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta tak lupa shalawat beriring salam kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam yang gelap ke alam yang terang benderang dan dengan penuh ilmu pengetahuan.

Dalam menyusun skripsi ini penulis mengalami kendala dan hambatan. Namun berkat bantuan dan bimbingan serta arahan yang sangat berharga dari segala pihak. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Maka dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, ikhlas, penulis sampaikan rasa terimakasih yang istimewa

1. Ayahanda Yosi Azahari, Ibunda Nina Deswati, dan Ibunda Enni Hutagaiung tercinta yang telah memberikan dukungan, motivasi, doa serta pengorbanan yang teramat besar, baik moril maupun materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
2. Saudara ku Herudeaz Royan Satria beserta istri, Saudari ku Siti Sarahdeaz Fazzaura Putri beserta suami dan keponakan-keponakanku tersayang yang telah memberikan dukungan motivasi serta doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik
3. Bapak Prof. DR Abdul Munir. M.Pd, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area (UMA) Medan yang telah memberikan motivasi hingga selesainya skripsi ini.

4. Ibu Dra. Mustika, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya, Beliau dengan sabar dan teliti untuk memotivasi perjalanan karya tulis ini dan memberikan masukan-masukan yang sangat berarti bagi penulis.
5. Ibu Numaida Irawani, S.Psi, M.Si, selaku dosen pembimbing II Skripsi yang telah meluangkan waktu membimbing penulis hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Rahmi Lubis, M.Psi, selaku ketua jurusan Psikologi Ilmu Organisasi.
7. Ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd, selaku ketua sidang meja hijau yang telah meluangkan waktu dan kemudahan dalam keseluruhan proses penyusunan sripsi ini.
8. Ibu Farida Hanum, S.Psi, M.Psi, selaku dosen tamu meja hijau, terima kasih atas kesediaannya menjadi dosen tamu.
9. Ibu Laili Alfita, S.Psi, MM, terima kasih atas kesediaannya menjadi sekretaris sidang meja hijau.
10. Bapak Yosi Azahari, MBA selaku Assistant Vice Manager yang telah memberi izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
11. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama ini.
12. Seluruh staff dan bagian administrasi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
13. Bapak Drs. Arnold Budiman Hutasoit, MBA, selaku Ketua Yayasan Universitas Setia Budi Mandiri yang telah memberikan izin, dukungan serta waktu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

14. Dosen-dosen dan staff-staff Universitas Setia Budi Mandiri yang telah memberikan dukungan support dan motivasi sehingga selesainya skripsi ini.
15. Sahabat-sahabatku tercinta Lia Melia Sari, Renny Oktafika, Hana Arfah, Irma Febriani, Maida Syafitri, Yuri Ardiansyah, Lungky Gardini, Wildan Pradipta, Nury Pradipta, Andra Farabi, dan Angelina Astrid, terimakasih telah memberi support dan motivasi sehingga skripsi ini selesai.
16. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa/i angkatan 2007 Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Akhirnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga amal ibadahnya dan budi yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi ilmu pengetahuan.

Medan, 11 Mei 2012

Amaliadeaz Ayu Zahara

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	9
C. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. <i>Personal Selling</i> .....	10
1. Pengertian <i>personal selling</i> .....	10
2. Sifat-sifat <i>personal selling</i> .....	13
3. Bentuk-bentuk <i>personal selling</i> .....	14
4. Tugas <i>personal selling</i> .....	15
5. Ciri-ciri <i>personal selling</i> .....	16
6. Aspek-aspek kemampuan <i>personal selling</i> .....	16
7. Proses <i>personal selling</i> .....	18
8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemampuan <i>Personal Selling</i> .....	20



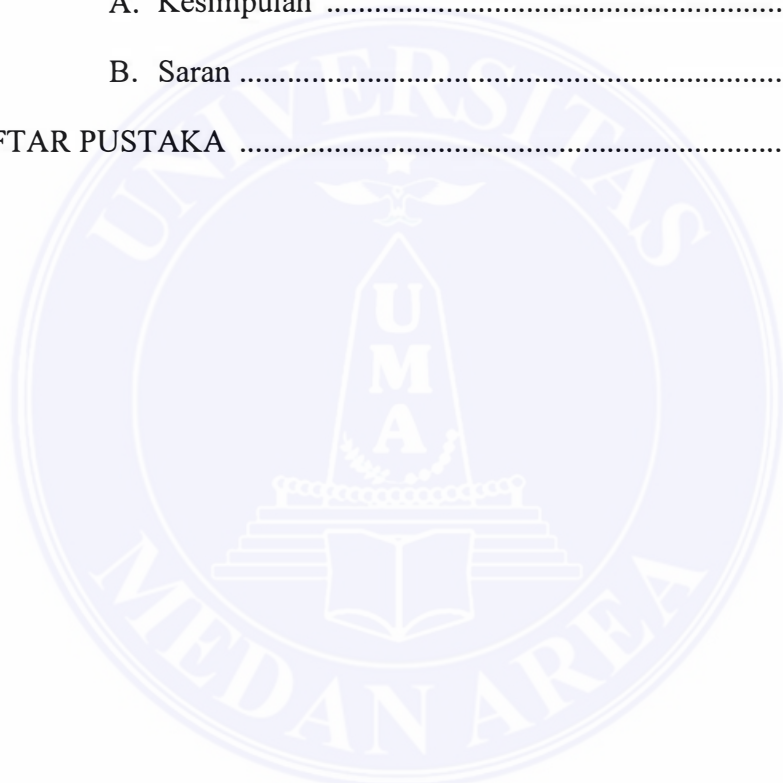


B. <i>Self Efficacy</i> .....	20
1. Pengertian <i>Self Efficacy</i> .....	20
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>self efficacy</i> .....	22
3. Fungsi dan efek <i>self efficacy</i> .....	24
4. Ciri-ciri <i>self efficacy</i> .....	26
5. Aspek-aspek <i>self efficacy</i> .....	27
6. Fungsi <i>self efficacy</i> .....	28
7. Strategi untuk meningkatkan <i>self efficacy</i> .....	29
C. Agen asuransi jiwa.....	29
1. Pengertian asuransi .....	29
2. Pengertian asuransi jiwa .....	32
3. Jenis-jenis asuransi jiwa .....	33
4. Sistem retribusi produk asuransi jiwa .....	33
5. Agen.....	35
D. Hubungan <i>self efficacy</i> dengan kemampuan <i>personal selling</i> .....	38
E. Hipotesa .....	40

**BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Tipe Penelitian .....	41
B. Identitas Variabel Penelitian .....	41
C. Definisi Operasional .....	41
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	42
E. Metode Pengumpulan Data.....	43
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	46
G. Metode Analisis Data .....	47

<b>BAB</b>	<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Orientasi Kancan Penelitian .....	49
	B. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	59
	C. Pembahasan .....	64
<b>BAB</b>	<b>V. PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	67
	B. Saran .....	68
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	69



## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel :

1. Distribusi Penyebaran Butir-butir Skala <i>Self Efficacy</i> Sebelum Uji Coba .....	55
2. Distribusi Penyebaran Butir-butir Skala Kemampuan <i>Personal Selling</i> Sebelum Uji Coba .....	55
3. Distribusi Penyebaran Butir-butir Skala <i>Self Efficacy</i> Setelah Uji Coba .....	57
4. Distribusi Penyebaran Butir-butir Skala Kemampuan <i>Personal Selling</i> Setelah Uji Coba .....	58
5. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran .....	60
6. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linieritas Hubungan .....	61
7. Rangkuman Perhitungan <i>r Product Moment</i> .....	62
8. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Nilai Rata-rata Empirik .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran :

- A. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Skala *Self Efficacy*
- B. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Kemampuan *Personal Selling*
- C. Analisis Uji Asumsi dan Uji Hipotesis
- D. Skala *Self Efficacy*
- E. Skala Kemampuan *Personal Selling*
- F. Surat Keterangan Bukti Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang masalah**

Persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif, menjadikan setiap perusahaan harus lebih sigap dalam menghadapi kondisi tersebut. Dengan penyusunan strategi yang tepat dan juga analisa pasar yang jitu diharapkan perusahaan akan memiliki kekuatan untuk melakukan persaingan. Adanya kemungkinan saling menjatuhkan maupun berebut pasar sangat besar kemungkinannya, mengingat makin mengerucutnya persaingan bisnis. Dalam situasi yang demikian diperlukan suatu strategi yang tepat agar tetap eksis untuk mengembangkan porsi pasar, meningkatkan volume penjualan dan juga meraih laba yang optimal.

Keberhasilan pengelolaan perusahaan perlu didukung oleh unsur-unsur yang ada dan salah satunya adalah strategi di dalam manajemen penjualan (Ferdinand, 2000). Pengelolaan manajemen penjualan yang kurang baik akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Dimana manajemen penjualan memandang tenaga penjualan adalah sebagai ujung tombak kegiatan pemasaran untuk mendatangkan keuntungan bagi perusahaan (Ferdinand, 2000). Bagian terpenting dari manajemen penjualan yang dipandang sangat mempunyai peranan dalam keberhasilan perusahaan adalah pengelolaan tenaga penjualnya.

Kinerja tenaga penjualan memberikan pengaruh langsung pada hasil dari penjualan. Kinerja tenaga penjual adalah bagian terpenting yang sangat memegang peranan dalam sebuah manajemen penjualan. Tenaga penjualan

mempunyai peranan penting untuk menjembatani hubungan antara perusahaan dengan nasabah, selain menjalankan fungsi rutin menjual produk, mereka juga harus mampu mengikuti perubahan kondisi pasar yang dapat berguna bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakannya. Untuk meningkatkan kinerja seorang tenaga penjualan perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam mengelola faktor-faktor yang mendukung kinerja tenaga penjualan, banyak faktor yang mempengaruhi tenaga penjualan untuk bisa mencapai kinerja yang di harapkan oleh perusahaan, salah satu faktor tersebut adalah kemampuan menjual yang dimiliki oleh tenaga penjualan (Spiro and Weitz, 1990).

Tenaga penjual yang bisa memenuhi hasil maksimal bagi perusahaan asuransi tentunya memiliki kemampuan menjual yang baik, dimana kemampuan menjual yang dimiliki tenaga penjualan akan bisa berkembang dan meningkat seiring pengalaman maupun pembelajaran yang dilakukan. Kemampuan menjual digambarkan sebagai sebuah orientasi dari seorang untuk berusaha melakukan perbaikan dan meningkatkan kemampuan serta penguasaan atas pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya (Sujan, 1994). Seorang tenaga penjualan harus mempunyai serta mengerti kemampuan menjual dari tingkat yang paling dasar (Symansky,1988). Kemampuan seorang tenaga penjual dalam melaksanakan tugas penjualannya diharapkan mampu membawa perusahaan mencapai hasil yang diinginkan, tentunya melalui kemampuan yang dimiliki.

Salah satu faktor yang mendukung kinerja tenaga penjualan adalah kemampuan menjual yang dimiliki tenaga penjual. Untuk mengukur kemampuan menjual tenaga penjualan pada perusahaan asuransi akan ditentukan aspek-aspek

**LAMPIRAN D**  
**SKALA SELF EFFICACY**

### SKALA *SELF EFICACY*

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya tidak merasa cemas harus berhadapan dengan calon nasabah yang lebih berpengalaman dari saya.	SS	S	TS	STS
2.	Saya cemas jika harus berhadapan dengan calon nasabah yang lebih berpengalaman.	SS	S	TS	STS
3.	Saya merasa puas setelah selesai melaksanakan prospekting kepada calon nasabah.	SS	S	TS	STS
4.	Dalam hal pelayanan kepada nasabah, saya tidak dapat memenuhinya.	SS	S	TS	STS
5.	Keberhasilan saya dalam mendapatkan nasabah adalah keberhasilan bersama.	SS	S	TS	STS
6.	Saya merasa tidak perlu mengumpulkan informasi data-data nasabah untuk keperluan perusahaan karena bukan urusan saya.	SS	S	TS	STS
7.	Saya selalu merasa penasaran dengan suatu program baru dari kantor yang belum bisa saya kerjakan.	SS	S	TS	STS
8.	Saya merasa bingung dengan program baru dari kantor yang belum bisa saya kerjakan.	SS	S	TS	STS
9.	Saya yakin dapat melaksanakan komunikasi untuk tujuan personal selling.	SS	S	TS	STS
10.	Saya kurang bisa paham terhadap keluhan para nasabah.	SS	S	TS	STS
11.	Sebelum melakukan personal selling, saya berkoordinasi dengan teman yang lainnya.	SS	S	TS	STS
12.	Tidak ada hubungannya dengan dukungan teman dalam melayani keluhan nasabah.	SS	S	TS	STS
13.	Walaupun banyak rintangan, saya akan tetap menarik konsumen agar mau menjadi nasabah di tempat kerja saya.	SS	S	TS	STS
14.	Dengan banyaknya rintangan, saya malas untuk menarik konsumen agar mau menjadi nasabah.	SS	S	TS	STS
15.	Saya mampu mengatasi masalah-masalah yang dialami oleh nasabah.	SS	S	TS	STS
16.	Saya tidak bisa melakukan personal selling kepada calon nasabah yang susah mengerti.	SS	S	TS	STS
17.	Saya yakin dapat memimpin personal selling di area saya.	SS	S	TS	STS
18.	Jika kondisi saya sedang demam, saya malas untuk mencari nasabah baru.	SS	S	TS	STS
19.	Bila dibutuhkan, saya akan melakukan presentasi terhadap konsumen agar dapat mencapai target.	SS	S	TS	STS
20.	Jika calon nasabah sulit untuk di prospect, saya tidak berkeinginan melakukan presentasi lanjutan.	SS	S	TS	STS



21.	Sekalipun sedang dalam masalah, namun saya yakin untuk tetap tenang dalam menjalani penawaran kepada calon nasabah.	SS	S	TS	STS
22.	Saya tidak yakin dapat menjelaskan produk kepada konsumen.	SS	S	TS	STS
23.	Dengan berlatih serius, kemampuan saya dalam berkomunikasi dapat meningkat.	SS	S	TS	STS
24.	Untuk apa mambantu teman dalam rangka mencari calon nasabah.	SS	S	TS	STS
25.	Saya akan terus berusaha agar konsumen merasa berkewajiban untuk memperhatikan penjelasan saya.	SS	S	TS	STS
26.	Saya tidak akan mempengaruhi agar konsumen merasa berkewajiban untuk memperhatikan penjelasan saya.	SS	S	TS	STS
27.	Jika saya diperintahkan untuk prospekting, saya yakin dapat menjalani tugas dengan baik.	SS	S	TS	STS
28.	Saya kurang mampu mendapatkan banyak calon nasabah.	SS	S	TS	STS
29.	Kemampuan saya dan teman-teman dapat diandalkan untuk menarik calon nasabah.	SS	S	TS	STS
30.	Bagi saya tidak perlu memberikan presentasi kepada calon nasabah di area tugas.	SS	S	TS	STS
31.	Saya akan menawarkan produk saya walaupun harus mengunjungi rumah calon nasabah.	SS	S	TS	STS
32.	Saya tidak akan menawarkan produk jika harus mengunjungi rumah calon nasabah.	SS	S	TS	STS
33.	Dengan kemampuan komunikasi yang saya miliki, saya yakin bisa mendapat nasabah sebanyak mungkin.	SS	S	TS	STS
34.	Saya kurang bisa untuk melakukan prospekting kepada calon nasabah.	SS	S	TS	STS
35.	Saya dan teman-teman satu tim mampu memberikan presentasi di area tugas.	SS	S	TS	STS
36.	Kemampuan kurang handal untuk menarik calon nasabah.	SS	S	TS	STS
37.	Saya akan terus mencari calon nasabah baru dan kemudian akan saya jadikan sebagai nasabah potensial di perusahaan ini	SS	S	TS	STS
38.	Lebih baik saya menunggu calon nasabah baru.	SS	S	TS	STS
39.	Saya memiliki keyakinan kuat untuk menjelaskan produk kepada konsumen.	SS	S	TS	STS
40.	Jika sedang ada masalah, saya tidak bisa melakukan penawaran kepada nasabah baru.	SS	S	TS	STS
41.	Saya mampu mambantu teman yang lain dalam rangka mencari calon nasabah.	SS	S	TS	STS

42.	Tidak perlu ada latihan untuk meningkatkan kemampuan saya dalam berkomunikasi.	SS	S	TS	STS
43.	Untuk menutupi kelemahan saya, saya akan terus belajar untuk meningkatkan kemampuan <i>personal selling</i> .	SS	S	TS	STS
44.	Saya tidak perlu harus belajar untuk meningkatkan kemampuan <i>personal selling</i> .	SS	S	TS	STS
45.	Saya dapat dipercaya untuk prospekting kepada calon nasabah yang susah mengerti tentang produk di perusahaan ini.	SS	S	TS	STS
46.	Saya tidak bisa mengatasi masalah yang dialami oleh nasabah.	SS	S	TS	STS
47.	Apapun kondisi yang saya alami saat ini, saya berupaya agar bisa mendapatkan nasabah baru.	SS	S	TS	STS
48.	Saya tidak yakin dapat memimpin <i>personal selling</i> area saya.	SS	S	TS	STS
49.	Saya bersedia ditempatkan dimanapun untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.	SS	S	TS	STS
50.	Saya tidak akan bersedia ditempatkan di daerah yang sedikit minatnya untuk jadi nasabah di perusahaan ini.	SS	S	TS	STS
51.	Saya yakin dapat memahami setiap keluhan dari para nasabah.	SS	S	TS	STS
52.	Saya kurang bisa berkomunikasi kepada nasabah	SS	S	TS	STS
53.	Kemampuan saya dalam melayani keluhan nasabah karena dukungan dari teman-teman juga.	SS	S	TS	STS
54.	Saya tidak perlu berkoordinasi dengan teman-teman satu tim untuk melakukan <i>personal selling</i> .	SS	S	TS	STS
55.	Jika calon nasabah tidak merespon apa yang saya tawarkan, saya akan tetap berbesar hati menerimanya.	SS	S	TS	STS
56.	Saya merasa jengkel jika calon nasabah tidak merespon apa yang saya tawarkan.	SS	S	TS	STS
57.	Saya dapat memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah.	SS	S	TS	STS
58.	Saya ragu-ragu dalam melaksanakan prospekting kepada calon nasabah	SS	S	TS	STS
59.	Saya mampu mengumpulkan informasi data-data nasabah untuk keperluan perusahaan.	SS	S	TS	STS
60.	Keberhasilan saya dalam mendapatkan nasabah tidak ada hubungannya dengan andil teman-teman.	SS	S	TS	STS

### SKALA KEMAMPUAN *PERSONAL SELLING*

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya akan memaparkan secara detail dan kompleks benefit yang akan didapatkan nasabah jika memakai produk asuransi.	SS	S	TS	STS
2.	Calon nasabah tidak perlu lagi diberikan gambaran mengenai proses dan syarat administrasi yang diberikan pihak perusahaan.	SS	S	TS	STS
3.	Saya akan menyesuaikan diri dengan calon nasabah dengan tujuan mengetahui aktivitas bisnis mereka agar dapat menentukan produk yang tepat.	SS	S	TS	STS
4.	Saya tidak pernah meminta pendapat nasabah sehubungan dengan prosedur klaim yang dirasakan mereka.	SS	S	TS	STS
5.	Saya harus lebih banyak beradaptasi di lingkungan, sehingga memudahkan akses masuk dan bergaul dalam semua situasi yang dihadapi.	SS	S	TS	STS
6.	Bagi saya, tidak perlu bersikap komunikatif untuk dapat diterima oleh nasabah.	SS	S	TS	STS
7.	Saya merasa butuh untuk mengikuti pelatihan-pelatihan tentang produk.	SS	S	TS	STS
8.	Tidak perlu rasanya saya menjabarkan beberapa jenis asuransi ketika <i>prospecting</i>	SS	S	TS	STS
9.	Saya berusaha menanamkan positif thingking dengan menunjukkan keunggulan produk.	SS	S	TS	STS
10.	Tidak diperlukan kepastian pada nasabah bahwa ini adalah produk asuransi yang mereka butuhkan.	SS	S	TS	STS
11.	Saya perlu menanyakan pendapatnya mengenai asuransi agar dapat memilih produk asuransi yang tepat serta dibutuhkan oleh calon nasabah	SS	S	TS	STS
12.	Saya tidak mau meminta pada nasabah untuk membandingkan produk asuransi lain dengan produk asuransi kami.	SS	S	TS	STS
13.	Saya harus bersikap fleksibel agar dapat memahami situasi dan lingkungan penjualan.	SS	S	TS	STS
14.	Bagi saya tidak terlalu dibutuhkan berbasa daerah sesuai dengan kultur nasabah.	SS	S	TS	STS
15.	Saya berusaha mencari informasi mengenai produk sejenis dari kompetitor lain.	SS	S	TS	STS
16.	Bagi saya hanya buang-buang waktu saja jika harus mencari informasi tentang manfaat dan cakupan pertanggung pada produk asuransi lain.	SS	S	TS	STS
17.	Saya menunjukkan bukti nyata yang pernah dimuat di	SS	S	TS	STS

	media mengenai nasabah yang telah merasakan kemudahan pembayaran pertanggungan senilai milyaran rupiah.				
18.	Nasabah tidak perlu diberikan penjelasan lagi mengenai klaim yang dapat dilakukan.	SS	S	TS	STS
19.	Saya akan menanyakan pada nasabah tentang hal-hal yang belum mereka dapatkan dari produk asuransi yang pernah mereka gunakan.	SS	S	TS	STS
20.	Saya tidak mau bertanya pada nasabah mengenai keluhan nasabah selama menggunakan produk asuransi kami.	SS	S	TS	STS
21.	Bagi saya, untuk dapat beradaptasi dibutuhkan sikap interest terhadap situasi penjualan yang ditemui.	SS	S	TS	STS
22.	Saya tidak mampu menciptakan komunikasi yang rileks dan efektif.	SS	S	TS	STS
23.	Saya selalu meng-update wawasan mengenai berbagai macam pertanggungan asuransi dari internet.	SS	S	TS	STS
24.	Saya tidak pernah meminta penjelasan dari rekan atau atasan tentang hal-hal yang dirasa kurang jelas sehubungan dengan pemasaran produk asuransi ini.	SS	S	TS	STS
25.	Saya berusaha meyakinkan kepada calon nasabah bahwa sebenarnya mereka mempunyai keinginan yang kuat untuk menjadi nasabah, hanya saja butuh waktu untuk itu.	SS	S	TS	STS
26.	Bagi saya nasabah tidak harus diberikan penjelasan pelayanan selama nasabah tersebut masih menggunakan produk asuransi kami.	SS	S	TS	STS
27.	Sebagai feedback, saya harus menerima masukan dari para nasabah sehubungan keluhan sepanjang menggunakan produk asuransi ini.	SS	S	TS	STS
28.	Saya tidak pernah menanyakan pada nasabah tentang hal-hal yang belum mereka dapatkan dari produk asuransi yang pernah mereka gunakan.	SS	S	TS	STS
29.	Dalam situasi prospek kepada calon nasabah, saya harus dapat mengikuti gaya bicara mereka.	SS	S	TS	STS
30.	Dalam hal komunikasi, saya merasa bahwa nasabah lah yang harus paham dengan gaya bahasa saya.	SS	S	TS	STS
31.	Saya tidak pernah merasa segan atau malu untuk bertanya kepada rekan atau atasan tentang hal-hal yang belum jelas mengenai produk yang akan saya tawarkan.	SS	S	TS	STS
32.	Walaupun banyak kemudahan di internet, tetap saja saya enggan untuk mencari informasi disana.	SS	S	TS	STS
33.	Saya memberikan keyakinan bahwa setiap orang	SS	S	TS	STS

	memiliki minat menjadi nasabah.				
34.	Saya tidak perlu harus memberikan contoh nyata melalui iklan kami di media mengenai nasabah yang sudah pernah merasakan kemudahan dalam pembayaran pertanggungan.	SS	S	TS	STS
35.	Saya akan memberikan kesempatan pada nasabah untuk memberi perbandingan dengan asuransi yang lain yang pernah mereka pakai.	SS	S	TS	STS
36.	Nasabah tidak harus kita tanya pendapatnya mengenai asuransi.	SS	S	TS	STS
37.	Saya berusaha agar dapat menciptakan suasana perbincangan yang rileks namun efektif.	SS	S	TS	STS
38.	Bersikap interest tidak begitu dibutuhkan terhadap situasi penjualan yang ditemui.	SS	S	TS	STS
39.	Saya selalu mencari informasi secara lengkap tentang manfaat dan cakupan pertanggungan yang ada pada setiap produk asuransi.	SS	S	TS	STS
40.	Saya tidak perlu mencari informasi dari produk asuransi lain sebagai pembanding.	SS	S	TS	STS
41.	Saya memaparkan tentang arti penting menjadi nasabah, yang sebenarnya mereka sudah memerlukannya sejak lama.	SS	S	TS	STS
42.	Tidak semua nasabah saya tanamkan untuk berfikir positif tentang keunggulan produk yang saya tawarkan.	SS	S	TS	STS
43.	Saya akan menanyakan tentang prosedur produk kami kepada nasabah, apakah mereka merasa puas atau masih ada kendala.	SS	S	TS	STS
44.	Saya lebih memilih menunggu calon nasabah untuk menanyakan produk kami.	SS	S	TS	STS
45.	Untuk dapat memudahkan komunikasi, saya harus banyak belajar bahasa daerah sesuai kultur lingkungan yang ingin saya prospek.	SS	S	TS	STS
46.	Tidak perlu bersikap fleksibel untuk dapat menyatu dalam setiap lingkungan penjualan.	SS	S	TS	STS
47.	Saya menggali informasi melalui nasabah yang pernah menggunakan produk asuransi lain	SS	S	TS	STS
48.	Saya merasa malas mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan pihak perusahaan.	SS	S	TS	STS
49.	Saya akan memberikan penjelasan kongkrit sehubungan kemampuan mereka dalam membeli produk asuransi dari perusahaan ini.	SS	S	TS	STS
50.	Tanpa harus saya paparkan pun, nasabah akan mengerti dengan sendirinya detail dan kompleks benefit yang didapatkan.	SS	S	TS	STS

51.	Saya akan melakukan apa saja dengan tujuan agar nasabah dapat menerima saya.	SS	S	TS	STS
52.	Bagi saya tidak diperlukan beradaptasi dengan lingkungan kalo pada akhirnya mereka tidak menerima apa yang saya tawarkan	SS	S	TS	STS



redefining / standards

Nomor : 01/V/AFI-MEDAN/2012

Lampiran : -

Perihal : Penelitian

Kepada Yth,  
Sdr. Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Medan Area (UMA)  
di-

Tempat

Dengan hormat,

Yang bertandatangan di bawah ini Assistant Vice President AXA Financial Indonesia Pattimura Medan. Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Amaliadeaz Ayu Zahara  
NIM : 07.860.0366  
Jurusan : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi

Dengan judul penelitian

**“Hubungan *Self Efficacy* dengan kemampuan *Personal Selling* pada agen asuransi jiwa PT.AXA Financial Indonesia Pattimura Medan”**

Benar nama yang tersebut di atas, telah melaksanakan penelitian atau pengambilan data di AXA Financial Indonesia Pattimura Medan pada tanggal 2 Mei 2012.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 2 Mei 2012

Yosi Azahari.MBA

Assistant Vice President

Jl.Pattimura No 2 Medan. Telp (061) 41158111. Fax (061) 4158222



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS PSIKOLOGI

JALAN KOLAM NO. 1 MEDAN ESTATE

TELP. (061) 7366878, 7364348, FAX. 7368012 MEDAN 20223

Email: univ\_medanarea@umaac.id Website: www.uma.ac.id

Nomor : 073 /FO/PP/2012  
Lampiran : -  
Hal : Pengambilan Data

27 Maret 2012

Yth. Pimpinan  
PT. AXA Financial Indonesia  
Jalan Pattimura No. 2 Medan

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama	: Amaliadeaz Ayu Zahara
NPM	: 07.860.0366
Program Studi	: Ilmu Psikologi
Fakultas	: Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data pada *PT. AXA Financial Indonesia Medan*, guna penyusunan skripsi yang berjudul: "Hubungan Self Efficacy dengan Personal Selling pada Agen Asuransi Jiwa di PT. AXA Life Insurance Pattimura Medan"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan  
Bidang Akademik,  
Zuhdi Budiman, S.Psi, M.Psi.

Tembusan :  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
Mahasiswa Pos.