



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA PROMOSI  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
PRODUK BLIFE INVESTLINK SYARIAH  
PADA PT. BNI LIFE INSURANCE**

Oleh

**ANY MULYATI**

**0606056032**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Sosial dalam bidang Ilmu Administrasi

Depok, 2008



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Any Mulyati

NPM : 0606056032

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul PENGARUH BIAYA PROMOSI  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK BLIFE INVESTLINK SYARIAH  
PADA PT. BNI LIFE INSURANCE

benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan seluruh sumber yang dikutip  
maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Juli 2008

ANY MULYATI  
0606056032



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Any Mulyati  
NPM : 0606056032  
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Judul Skripsi :  
PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK  
BLIFE INVESTLINK SYARIAH PADA PT. BNI LIFE INSURANCE

Telah diperiksa oleh Ketua Program Sarjana dan Pembimbing serta dinyatakan layak untuk diajukan ke sidang Skripsi Program Sarjana Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Disetujui oleh

Ketua Program Sarjana,

Pembimbing,

Drs. Asrori, MA, FLMI  
NIP : 130702932

Fatimah Muchtar, S.Sos.ME  
NUP : 0907050245



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Any Mulyati  
NPM : 0606056032  
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga  
Judul Skripsi :

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK  
BLIFE INVESTLINK SYARIAH PADA PT. BNI LIFE INSURANCE

telah dipertahankan dihadapan sidang Penguji Skripsi Program Sarjana  
Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Indonesia, pada Hari Sabtu Tanggal 5 Juli 2008

Penguji Skripsi

Ketua Sidang,

Pembimbing,

Drs. Asrori, MA, FLMI  
NIP : 130702932

Fatimah Muchtar, S.Sos.ME  
NUP : 0907050245

Penguji Ahli,

Sekretaris Sidang,

Drs. Achmad Fauzi, ME  
NUP : 0900300015

Drs. Guido Benny, ME  
NUP: 0906050081

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul "Pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Produk Blife Investlink Syariah Pada PT. BNI Life Insurance". Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekstensi Strata Satu Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari pembaca yang dapat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis di dalam penyusunan skripsi ini, kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
2. Drs. Asrori, MA, FLMI, selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia. Sekaligus sebagai ketua sidang skripsi ini.
3. Drs. Muh Azis Muslim, M.Si, selaku Sekretaris Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia dan Ketua Sidang Skripsi.

4. Drs. Achmad Fauzi, M.E, selaku Ketua Program Ekstensi Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Indonesia, juga sebagai penguji ahli skripsi ini.
5. Fatimah Muchtar S.Sos, M.E, selaku pembimbing, yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan ilmu pengetahuan dalam membantu penyusunan skripsi ini.
6. Drs. Guido Benny, ME, selaku sekretaris sidang pengujian skripsi ini.
7. Segenap pengajar Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, khususnya konsentrasi bidang pemasaran.
8. Seluruh staf Administrasi, sekretariat dan staf perpustakaan FISIP UI.
9. Teman – teman seperjuangan terutama Ekstensi Niaga 2006, serta teman-teman yang masih berjuang dalam menyelesaikan skripsi untuk tetap semangat.
10. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan namanya yang telah memberikan inspirasi bagi penulis.

Depok, Juli 2008

Any Mulyati

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Permasalahan.....	4
C. Tujuan Penelitian dan Signifikansi Penelitian.....	6
D. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN</b>	
A. Tinjauan Pustaka.....	9
B. Konstruksi Model Teoritis.....	10
C. Konsep Pemasaran.....	11
D. Konsep Bauran Pemasaran.....	12
E. Konsep Komunikasi Pemasaran.....	16
F. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	31
G. Konsep Penjualan.....	34
H. Konsep Daur Hidup Produk.....	35
I. Metodologi Penelitian.....	42

<b>BAB III</b>	<b>GAMBARAN UMUM PT. BNI LIFE INSURANCE</b>	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	46
	B. Visi dan Misi .....	47
	C. Pemegang Saham PT. BNI Life Insurance .....	48
	D. Struktur Organisasi dan Personil Organisasi.....	49
	E. Bidang Usaha PT. BNI Life Insurance .....	55
	F. Pertumbuhan Usaha PT. BNI Life Insurance.....	62
	G. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Blife Investlink Syariah .....	63
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS VARIABEL PENELITIAN</b>	
	A. Pelaksanaan Promosi Blife Investlink Syariah.....	65
	B. Strategi Promosi Blife Investlink Syariah Berdasarkan Analisis Product Life Cycle Polli and Cook .....	69
	C. Perkembangan Biaya Promosi dan Volume Penjualan Produk Blife Investlink Syariah .....	73
	D. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	74
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Simpulan .....	78
	B. Saran .....	79

DAFTAR PUSTAKA

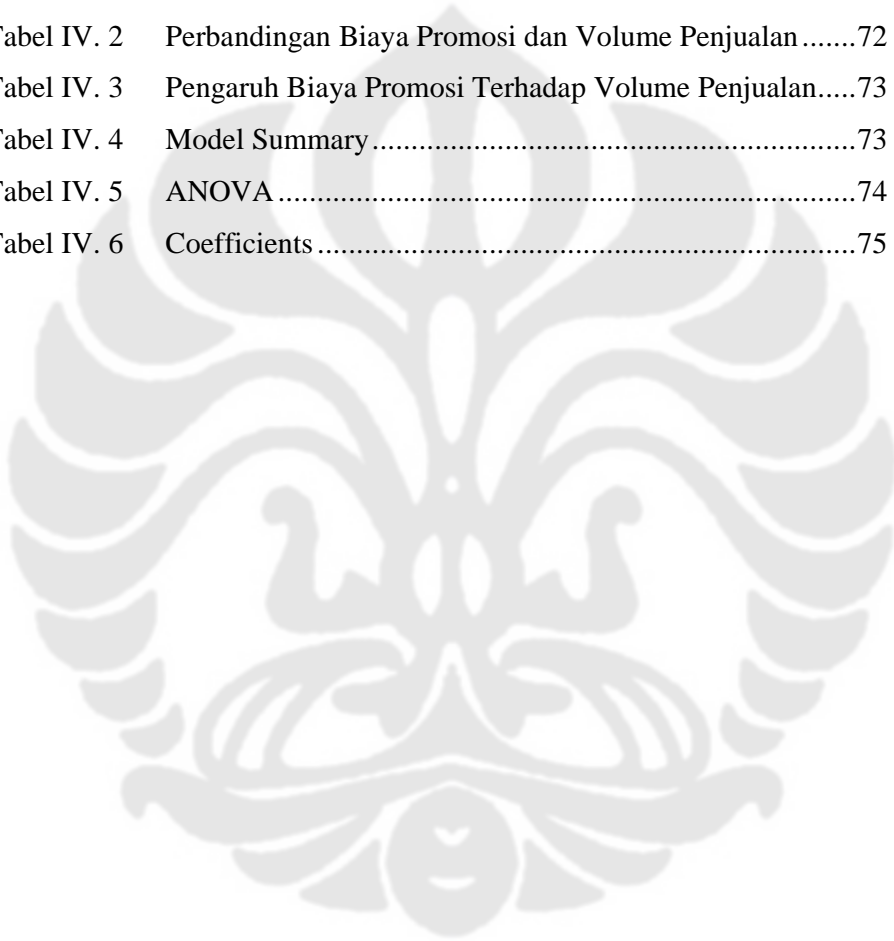
LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



## DAFTAR TABEL

Tabel III. 1	Aset Perusahaan .....	62
Tabel III. 2	Tingkat RBC .....	62
Tabel IV. 1	Volume Penjualan Produk Blife Investlink Syariah.....	70
Tabel IV. 2	Perbandingan Biaya Promosi dan Volume Penjualan .....	72
Tabel IV. 3	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan.....	73
Tabel IV. 4	Model Summary .....	73
Tabel IV. 5	ANOVA .....	74
Tabel IV. 6	Coefficients .....	75



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Response Hierarchy Models .....	19
Gambar II. 2	Model AIDA .....	29
Gambar II. 3	Bauran Promosi .....	30
Gambar II. 4	Grafik Product Life Cycle.....	41
Gambar III. 1	Komposisi Saham PT. BNI Life Insurance .....	48
Gambar IV. 1	Grafik Volume Penjualan Blife Investlink Syariah.....	68
Gambar IV. 2	Kurva Distribusi Normal Posisi Produk Blife Investlink Syariah .....	71

