

## ABSTRAKSI

MEIDIANA TRI ASVIANTI, 2002-11-349. Analisis Pengaruh Biaya *Personal Selling* dan Biaya Iklan Terhadap Nilai Penjualan Polis Pada PT. AXA life Indonesia (dibimbing oleh Ibu Rina Anindita).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Biaya *Personal Selling*, Biaya Iklan terhadap nilai penjualan polis secara Parsial dan Simultan.

Untuk membuktikan hipotesis yang ada pada penelitian ini maka digunakan uji normalitas data, uji regresi dan korelasi. Dari hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 12 didapat hasil R square 0,674 yang artinya bahwa variabel bebas yaitu biaya *personal selling* dan biaya iklan mempunyai pengaruh atau dapat menjelaskan 67,4% terhadap variabel terikat yaitu nilai penjualan polis. Dengan demikian sisanya sebesar 32,6 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Nilai R = 0,821 memberikan arti biaya *personal selling* dan biaya iklan secara bersama-sama mempunyai kekuatan hubungan sebesar 82,1% terhadap nilai penjualan polis. Uji signifikan parsial (t) untuk ( $X_1$ ) hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya *personal selling* terhadap nilai penjualan polis, sedangkan untuk ( $X_2$ ) hasilnya menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya iklan terhadap nilai penjualan polis, tetapi apabila diuji secara bersama-sama (F) hasilnya menunjukkan bahwa biaya *personal selling* dan biaya iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai penjualan polis.

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara biaya *personal selling* dan biaya iklan terhadap nilai penjualan polis. Dengan demikian PT. AXA Life Indonesia sangat memerlukan *personal selling* dan iklan dalam meningkatkan nilai penjualan polis.