

Abstrak

Karakteristik Web menurut Perusahaan Asuransi Kendaraan Bermotor dan Kesiapan Beriklan melalui Web

Fernanders Tarmizi

2201982038

Dewasa ini, kesadaran masyarakat akan perlunya asuransi telah meningkat. Perusahaan asuransi pun mulai bermunculan. Berbagai cara untuk dapat menggaet calon konsumen. Perusahaan perusahaan saling menjanjikan keuntungan dan fasilitas bagi calon konsumen. Persaingan yang ketat antar perusahaan asuransi terjadi. Perusahaan asuransi tersebut berlomba lomba melakukan periklanan untuk dapat dikenal oleh masyarakat.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pertumbuhan penggunaan internet meningkat dengan pesat sekali. Melihat besarnya animo masyarakat untuk berinternet maka perusahaan perusahaan melihat peluang yang ada untuk beriklan.

Pada dasarnya sebuah media web site dapat dijadikan sebagai media beriklan. Namun sebelum memilih media tersebut, perlu digali potensi potensi yang ada didalamnya dengan melihat karakteristik produk yang ditawarkan. Apabila tidak ada keselarasan antara produk yang ditawarkan dengan media yang digunakan maka akan terjadi kegagalan antara lain target segmentasi tidak akan tercapai.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari perusahaan asuransi yang ada guna mendapatkan data mengenai karakteristik produk asuransi kendaraan bermotor. Data yang didapat kemudian dianalisis dan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat dengan menggunakan metode chi square dan dari hasil tersebut dapat diketahui potensi yang ada dalam web site sehingga web site dapat menjadi sebuah media iklan produk asuransi kendaraan bermotor.

Keywords : Web Site, Iklan, Asuransi Kendaraan Bermotor

DAFTAR ISI

Judul.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Abstrak.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran.....	x
BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	2
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	2
1.5 Struktur penulisan thesis.....	3
BAB 2 Landasan Teori.....	4
2.1 Periklanan.....	4
2.2 Perkembangan Internet dan Web.....	5
2.3 Karakteristik Web Site.....	6
BAB 3 Metodologi Penelitian.....	7
3.1 Populasi dan Sampling.....	7
3.2 Teknik Sampling.....	7
3.3 Model Konseptual.....	8
3.4 Hipotesis.....	9
3.5 Decision Rule.....	10
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	11
3.7 Metode Analisa Data.....	11
BAB 4 Analisa Data.....	12
4.1 Test Validitas.....	13
4.2 Reliability Test.....	14

4.3 Randomisasi.....	15
4.4 Tabel Frekuensi.....	16
4.5 Analisa Data.....	49
BAB 5 Kesimpulan dan Saran.....	56
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60

DAFTAR ACUAN

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Tabel 1	
Tabel 2	
Tabel 3	
Tabel 4	
Tabel 5	
Tabel 6	
Tabel 7	
Tabel 8	
Tabel 9	
Tabel 10	
Tabel 11	
Tabel 12	
Tabel 13	
Tabel 14	
Tabel 15	
Tabel 16	
Tabel 17	
Tabel 18	
Tabel 19	
Tabel 20	
Tabel 21	
Tabel 22	
Tabel 23	
Tabel 24	
Tabel 25	
Tabel 26	
Tabel 27	
Tabel 28	
Tabel 29	
Tabel 30	
Tabel 31	
Tabel 32	
Tabel 33	
Tabel 34	
Tabel 35	
Tabel 36	
Tabel 37	
Tabel 38	
Tabel 39	
Tabel 40	
Tabel 41	
Tabel 42	
Tabel 43	
Tabel 44	
Tabel 45	
Tabel 46	
Tabel 47	
Tabel 48	
Tabel 49	
Tabel 50	
Tabel 51	
Tabel 52	
Tabel 53	
Tabel 54	
Tabel 55	
Tabel 56	
Tabel 57	
Tabel 58	
Tabel 59	
Tabel 60	
Tabel 61	
Tabel 62	
Tabel 63	
Tabel 64	
Tabel 65	
Tabel 66	
Tabel 67	
Tabel 68	
Tabel 69	
Tabel 70	
Tabel 71	
Tabel 72	
Tabel 73	
Tabel 74	
Tabel 75	
Tabel 76	
Tabel 77	
Tabel 78	
Tabel 79	
Tabel 80	
Tabel 81	
Tabel 82	
Tabel 83	
Tabel 84	
Tabel 85	
Tabel 86	
Tabel 87	
Tabel 88	
Tabel 89	
Tabel 90	
Tabel 91	
Tabel 92	
Tabel 93	
Tabel 94	
Tabel 95	
Tabel 96	
Tabel 97	
Tabel 98	
Tabel 99	
Tabel 100	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.4.1 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.1.....	13
Tabel 4.4.2 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.2.....	14
Tabel 4.4.3 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.3.....	15
Tabel 4.4.4 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.4.....	16
Tabel 4.4.5 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.5.....	17
Tabel 4.4.6 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.6.....	18
Tabel 4.4.7 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.7.....	19
Tabel 4.4.8 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.8.....	20
Tabel 4.4.9 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.9.....	21
Tabel 4.4.10 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.10.....	22
Tabel 4.4.11 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.11.....	23
Tabel 4.4.12 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.12.....	24
Tabel 4.4.13 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.13.....	25
Tabel 4.4.14 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.14.....	26
Tabel 4.4.15 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.15.....	27
Tabel 4.4.16 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.16.....	28
Tabel 4.4.17 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.17.....	29
Tabel 4.4.18 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.18.....	30
Tabel 4.4.19 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.19.....	31
Tabel 4.4.20 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.20.....	32
Tabel 4.4.21 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.21.....	33
Tabel 4.4.22 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.22.....	34
Tabel 4.4.23 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.23.....	35
Tabel 4.4.24 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.24.....	36
Tabel 4.4.25 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.25.....	37
Tabel 4.4.26 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.26.....	38
Tabel 4.4.27 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.27.....	39
Tabel 4.4.28 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.28.....	40

Tabel 4.4.29 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.29.....	41
Tabel 4.4.30 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.30.....	42
Tabel 4.4.31 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.31.....	43
Tabel 4.4.32 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.32.....	44
Tabel 4.4.33 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.33.....	45
Tabel 4.4.34 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.34.....	46
Tabel 4.4.35 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.35.....	47
Tabel 4.4.36 Frekuensi jawaban untuk pertanyaan I.36.....	48
Tabel 4.5.1 Analisa H_{011} dan H_{a11}	49
Tabel 4.5.2 Analisa H_{012} dan H_{a12}	49
Tabel 4.5.3 Analisa H_{013} dan H_{a13}	50
Tabel 4.5.4 Analisa H_{014} dan H_{a14}	50
Tabel 4.5.5 Analisa H_{015} dan H_{a15}	50
Tabel 4.5.6 Analisa H_{016} dan H_{a16}	51
Tabel 4.5.7 Analisa H_{017} dan H_{a17}	51
Tabel 4.5.8 Analisa H_{021} dan H_{a21}	52
Tabel 4.5.9 Analisa H_{022} dan H_{a22}	52
Tabel 4.5.10 Analisa H_{023} dan H_{a23}	53
Tabel 4.5.11 Analisa H_{024} dan H_{a24}	53
Tabel 4.5.12 Analisa H_{025} dan H_{a25}	53

DAFTAR GAMBAR

Figure 3.1 Model konseptual untuk melakukan iklan di Web.....	9
Figure 4.5 Konseptual model dengan beberapa kelemahan.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Daftar Perusahaan Asuransi Kendaraan Bermotor.....	L1-10
Lampiran Data Kuesioner.....	L11-18
Lampiran Hasil Validity Test.....	L19-30
Lampiran Hasil Uji Chi-Square.....	L31-33
Lampiran Kuesioner.....	L34-38

