

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah asuransi syariah: studi kasus pada nasabah PT. Asuransi Takaful Indonesia cabang Depok = The factors that influence customer's loyalty of sharia insurance: a case study of Takaful Sharia Insurance, branch of Depok

Suryani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=106150&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, merupakan tempat strategis untuk tumbuhnya kegiatan ekonomi yang berbasis syariah, termasuk asuransi syariah. Kondisi ini membuat persaingan dalam mencari dan mempertahankan nasabah harus selalu dilakukan perusahaan asuransi syariah agar mampu bersaing dengan kompetitornya. Mencari nasabah baru adalah usaha yang tergolong sulit, tetapi akan jauh lebih sulit lagi adalah mempertahankannya. Karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas nasabah asuransi syariah.

Dengan menggunakan metode statistik non parametric korelasi rank spearman diperoleh hasil bahwa semua variabel independen yang diuji yaitu faktor syariah, produk, harga, lokasi, promosi, Sumber Daya Manusia, proses, fisik, agen marketing dan investor mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan variabel dependen loyalitas nasabah. Lebih jauh diperoleh hasil yang menempatkan faktor proses sebagai variabel yang memiliki keterkaitan paling tinggi dengan loyalitas nasabah asuransi syariah, sedangkan faktor syariah merupakan faktor yang memiliki tingkat keterkaitan paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa proses pelayanan yang efisien dan praktis ternyata lebih diutamakan oleh nasabah produk asuransi syariah dibandingkan dengan alasan yang bersifat emosional seperti faktor syariah.

.....Indonesia, where majority people live in are Moslem, is a strategic place for development of Islamic financial industries, such as sharia insurance. This condition places a high competition between sharia insurances regarding how to magnetize new costumers or to keep loyalty of existing costumers. A hard effort is needed to attract new costumers. However it is more difficult to keep loyalty of existing costumers. Therefore this research aims to scrutinize what is the factors affect loyalty of sharia insurance costumers.

By using statistic non-parametric method rank spearman correlation, this research generate results that show all independent variables tested, sharia, product, price, location, promotion, human resource, process, physic, marketing agent, and investor have positively significant correlation to customers loyalty as dependent variable. Moreover the research outcome puts process variable as the most significant factor to loyalty, whereas the sharia ranks the weakest factor. Hence the services that efficient and practice are the most important things than emotional factor for the costumers to keep use sharia insurance.