

Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian Asuransi Mobil (Syariah): studi kasus PT Asuransi. ABC Syariah

Lim Qo`immuddin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=111141&lokasi=lokal>

Abstrak

Pengembangan kebijakan dan strategi pemasaran akan efektif dan berdaya saing manakala disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan target pasar yang dikehendaki. Karenanya untuk dapat memberikan pelayanan yang baik bagi nasabah, perusahaan asuransi, terlebih perusahaan asuransi syariah yang merupakan pendatang baru di industri asuransi, harus mengetahui karakteristik dan keinginan masyarakat. Salah satunya adalah dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk asuransi mobil (syariah). Terdapat beberapa faktor yang diduga memiliki pengaruh bagi nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan asuransi mobil (syariah), yaitu: produk, harga, lokasi, promosi, petugas asuransi, proses, dan layanan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan juga analisis statistik menggunakan metode regresi dengan variabel bebas sebanyak tujuh variabel yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, proses, petugas, dan pelayanan. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah PT Asuransi ABC Syariah sebanyak 89 orang responder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketujuh variabel bebas yang digunakan, hanya satu variabel yang tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan asuransi mobil - syariah yaitu variabel lokasi. Secara bersama-sama, keenam variabel yang mempengaruhi tersebut dapat menjelaskan penggunaan asuransi mobil-syariah sekitar 77,6%. Sedangkan sisanya 22,4 % dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain. Dari keenam variabel tersebut, variabel proses dan produk merupakan faktor yang memberikan pengaruh terbesar.

<hr>

Developing of marketing policy and strategy will be effective and competitive if it suit with desire and necessity of target market. To give best service for the customer, insurance company, especially in sharia insurance which is a new corner in insurance industry, should know the characteristic and desire of customer. One of the ways is to know all the element/factor that will influence customer for using sharia car insurance product. There area some factor which .presume to have influence for customer in deciding to use sharia car insurance. There are product, price, location/place, promotion, insurance officer, process, and service.

This research using description approach and statistic analytic approach using regretion method with seven independent variable. That variable is product, price, location/place, promotion, insurance officer, process, and service. Primary data was collected by distributing questioner to PT ABC Asuransi Syariah, in total 89 respondents.

This research show that from seven variable that is use, only one variable that doesn't have any influence for customer in deciding sharia car insurance, that variable is location. Together, the six variables that have influence that can be" explain in car insurance approximately 77.6%. It is meaning that the 22.4% can be explaining by other factor. From six variable, process and product is the most variable that have big influence.