

Faktor-faktor yang mendorong seseorang menjadi nasabah asuransi Syariah = Factors that encourage someone being customer sharia insurance

Heni Liasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20341924&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan jumlah penduduk muslim mencapai sekitar 230 juta jiwa, pasar keuangan syariah seharusnya luar biasa, termasuk bagi asuransi syariah. Selama 16 tahun kehadiran asuransi syariah di Indonesia, market share asuransi syariah masih di bawah 5 persen. Variabel terikat penelitian ini adalah masyarakat yang menjadi nasabah asuransi syariah, dan variabel bebasnya tercliri dari perbedaan individu (demografan, gaya hidup individualis, gaya hidup konsumerisme, pengetahuan, dan syariah), ekonomi, sosial, dan bauran pemasaran. Penelitian ini menggunakan analisis faktor untuk melihat faktor dominan yang mendorong seseorang memilih asuransi syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor dominan yang mendorong seseorang menjadi nasabah asuransi syariah pada penelitian ini adalah faktor pengetahuan dan bauran pemasaran. Makin tinggi tingkat pengetahuan seseorang terkait asuransi syariah, makin mendorong keputusan seseorang menjadi nasabah asuransi syariah. Makin variatif produk asuransi syariah, harga/kontribusi yang fleksibel, lokasi dengan jaringan luas, dan promosi intensif malah mendorong keputusan seseorang menjadi nasabah asuransi syariah.

.....With a Muslim population reaching about 230 million people, the Islamic finance market should be extraordinary, including Islamic insurance. During the 16-year presence of Islamic Insurance in Indonesia, Islamic Insurance market share is still below 5 percent. Dependent variable is the society that became syariah insurance customers, and the independent variables consisted of individual differences (demographics, individualist life style, consumerist lifestyle, knowledge, and sharia), economic, social, and marketing mix. This study uses factor analysis to see the dominant factor that drives a person chooses Sharia Insurance.

The results showed that the dominant factor that drives someone to be a Sharia Insurance customer in this study is the marketing mix factors and knowledge. The higher the level of knowledge related Insurance Sharia, encourages the person decision becomes a Sharia Insurance customer. More and varied Islamic Insurance products, price / contributions which flexible, with the extensive network of locations, and an intensive campaign, the more encourages the person becomes a Sharia Insurance customers.