

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan konsumen tentang produk jasa Asuransi Syariah (Studi kegiatan MPR pada PT Asuransi Takaful Keluarga)

Nurlaela, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20286172&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan sektor asuransi yang sangat pesat serta banyaknya perusahaan yang bersaing menawarkan produknya, membawa implikasi pada kemampuan untuk mengembangkan strategi pemasaran asuransi yang tepat. Konsep pemasaran yang selama ini telah dijalankan oleh PT Takaful adalah kegiatan yang tercakup dalam konsep strategi pemasaran (marketing) alternatif yang mengandalkan kekuatan public relations yang dikenal dengan Marketing Public relations (MPR). Meningkatkan pengetahuan konsumen tentang suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan merupakan salah satu tugas dari penerapan strategi MPR itu sendiri. Penelitian ini ingin melihat faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan konsumen tentang produk, dengan mengambil studi kasus konsumen asuransi syariah Takaful. Metode analisis yang digunakan adalah uji korelasi dan multiple regression, untuk melihat bagaimana faktor personal dan aktifitas komunikasi sebagai variabel independen yang mempengaruhi tingkat pengetahuan konsumen tentang produk jasa asuransi syariah sebagai variabel dependen. Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh pada pengetahuan konsumen tentang produk asuransi syariah adalah aktifitas komunikasi dan pendidikan. Adapun hasil dari penelitian ini dapat membantu perusahaan yang bergerak dibidang jasa asuransi non konvensional atau syariah dalam menerapkan konsep strategi Marketing Public Relations khususnya dalam tingkat pengetahuan konsumen tentang produk yang ditawarkan perusahaan agar kelebihan-kelebihan produk dapat memiliki daya jual yang cukup berarti.