

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Yang Dipertimbangkan Pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung.” Ditulis oleh Hella Shafira Maharani, NIM 2824133037, Dosen pembimbing Nur Aziz Muslim, M.HI.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena kebutuhan akan jasa asuransi makin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Menurut UU No. 2 tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian, asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikat diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggungjawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin ada diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa asuransi syariah adalah perjanjian yang dilakukan antara nasabah sebagai tertanggung dan perusahaan atau penanggung untuk mengantisipasi kemungkinan risiko yang akan terjadi pada nasabah, yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi sebanyak 3600 responden dan teknik sampling *probability sampling* dengan kategori *simple random sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden. Jumlah variabel yang diteliti sebanyak 14 indikator dan semua bisa dianalisis lebih lanjut kedalam analisis faktor. Data yang diolah dengan menggunakan SPSS 16 dan minitab 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari 14 indikator yang dianalisis dengan model analisis faktor yang merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung tersebut terbentuklah lima faktor. Pertama faktor harga dan proses, kedua faktor orang dan bukti fisik, faktor ketiga faktor produk dan jasa, keempat faktor promosi dan kelima faktor tempat. dari kelima faktor tersebut yang paling dipertimbangkan yaitu faktor harga dan proses.

Kata kunci: bauran pemasaran jasa, nasabah.

ABSTRACT

This thesis titled “**Analysis of Service Marketing Mix Factors Considered in the Customer Satisfaction of Sharia Insurance AJB Bumiputera Office of Operational Unit Tulungagung**”, was written by Hella Shafira Maharani, Student Number 2824133037, Faculty of Islamic Economy and Business, Majoring Sharia Economy, State Islamic Institute of Tulungagung, advisory by Nur Aziz Muslim, M. HI.

This research is motivated because the need for insurance services is increasingly perceived, both by individuals and business world in Indonesia. According to Law no. 2 of 1992 concerning Insurance Business, insurance is an agreement between two or more parties, with which the insurer binds itself to the insured, accepting the insurance premium, to provide reimbursement to the insured due to loss, damage or loss of expected profit, or legal liability to the parties the third that there may be suffered by the insured, arising from an uncertain event, or to provide a payment based on the death or life of an insured person. So it can be concluded that the Takaful is an agreement made between the customer as the insured and the company or the insurer to anticipate the possibility of risks that will occur to the customer, in accordance with the principles of sharia.

In this study using quantitative methods. The data used is the primary data with the type of associative research. Population counted 3600 respondents and sampling probability sampling technique with simple random sampling category. The sample used were 97 respondents. The number of variables studied were 14 indicators and all can be analyzed further into factor analysis. Data processed using SPSS 16 and minitab 21.

The results of this study indicate that the results of 14 indicators are analyzed by factor analysis model which is the factors considered in the Customer Satisfaction of AJB Bumiputera Insurance Office of Tulungagung Operational Unit is formed five factors. First factor price and process, the two factors of people and physical evidence, the third factor of product and service factors, the four promotion factors and the five factors of place. of the five factors are most considered the price and process factors.

Keywords: service marketing mix, customer.