

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Besaran Premi dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung” ini ditulis oleh Ahmad Fikri In’Ami, NIM. 2824133007, pembimbing Rohmawati, MA.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena terkait dengan perkembangan yang terjadi di bidang asuransi juga sangat cepat. Alasan mengapa seseorang membeli produk tertentu merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk merancang produk jasa agar sesuai dengan keinginan konsumen. Perusahaan harus meningkatkan kepekaannya terhadap perubahan lingkungan seperti keadaan perekonomian yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Selain dari sisi konsumen, faktor internal perusahaan pun juga sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Seperti faktor manajemen perusahaan, pembuatan produk dan strategi pemasaran. Dalam hal ini peneliti menghubungkan keputusan nasabah menggunakan produk jasa asuransi syariah dipengaruhi oleh kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung? 2) Apakah besaran premi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung? 3. Apakah strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung? 4) Apakah persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung?

Analisis statistik yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Normalitas, Uji Asumsi Klasik (meliputi: uji autokorelasi, multikolinieritas dan heteroskedastisitas), Analisis Regresi Linier Berganda, Pengujian Hipotesis dengan menggunakan Uji t (parsial) dan Uji F (simultan), serta Analisis Koefisien Determinasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota nasabah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *random sampling*. Sampel ini dipilih secara acak dan sampel memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel, dari sini diperoleh jumlah sampel 97 nasabah. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran angket.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian data secara parsial variabel Kualitas Produk, Besaran Premi dan Strategi Pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Sedangkan secara simultan variabel Kualitas Produk, Besaran Premi dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Besaran Premi, dan Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

Thesis entitled “The Influence of Product Quality Perception, Amount of Premium and Marketing Strategy on Customer Decision Using Sharia Life Insurance Products With Bumiputera 1912 Tulungagung Branch Office” was written by Ahmad Fikri In'Ami, NIM. 2824133007, mentor of Rohmawati, MA.

This research is motivated by phenomenon related to developments that occur in the field of insurance is also very fast. The reason why someone buys a particular product is a very important factor for a company to design a service product to suit the consumer's wishes. Companies should increase their sensitivity to environmental changes such as the state of the economy that can affect consumer behavior in making purchasing decisions. Apart from the consumer side, internal factors of company also very important to achieve corporate goals. Such as enterprise management factors, product manufacturing and marketing strategies. In this case the researcher connects customer decisions using the products of Takaful services influenced by product quality, the amount of premium and marketing strategy.

This study aims to determine 1) Does the perception of product quality significantly influence the decisions of customers using the services of sharia insurance AJB Bumiputera 1912 Tulungagung Branch? 2) Does the amount of premium significantly affect the customer's decisions using the AJB Bumiputera sharia insurance services 1912 Tulungagung Branch? 3. Does the marketing strategy have a significant effect on customer decisions using AJB Bumiputera sharia insurance services 1912 Tulungagung Branch? 4) Does the perception of product quality, the amount of premium and marketing strategy, together significantly influence the decisions of customers using the insurance services AJB Bumiputera 1912 Tulungagung Branch?

Statistical analysis used was Validity Test, Normality Test, Classic Assumption Test (including: autocorrelation test, multicollinearity and heteroskedasticity), Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Testing using T test (partial) and F test (simultaneous), and Coefficient of Determination Analysis . The population in this study were all members of AJB Bumiputera 1912 customer of Tulungagung Branch Office. The sampling technique used is random sampling technique. This sample is randomly selected and sampel has the same chance to be selected to be sampled, from which the sample number of 97 customers is obtained. The type of data used is the primary data obtained from the questionnaire.

The results of this study indicate that the partial data testing of Product Quality, Premium Price and Marketing Strategy have a significant positive effect on Customer's Decision. While simultaneously variable Quality of Product, Premium Quantity and Marketing Strategy together have positive significant effect to Customer Decision.

Keywords: *Product Quality, Amount of Premium, and Marketing Strategy.*