

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Produk, Promosi, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung” ditulis oleh Rico Setyo Adi Wiarno, Nim 1742143229, dengan Dosen Pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya perusahaan di Indonesia yang berlomba-lomba dalam dunia bisnis dan ekonomi, tidak terkecuali perusahaan asuransi baik asuransi konvensional maupun asuransi syariah. Berbagai macam cara pemasaran telah dilakukan guna menggaet konsumen atau nasabah agar mereka mau menggunakan jasa asuransi. Sedangkan mayoritas masyarakat saat ini lebih mengenal produk-produk dari asuransi konvensional dibanding asuransi syariah. Indonesia yang penduduknya mayoritas beragama Islam bisa jadi pasar yang bagus bagi asuransi syariah agar dapat terus berkembang sehingga kedepannya menjadi lebih baik. Maka dari itu, penelitian ini mengangkat permasalahan produk, promosi dan citra perusahaan, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh produk, promosi, dan citra perusahaan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung secara parsial maupun simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang berasuransi syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis regresi linear berganda. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial: (1) Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung. (2) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung. (3) Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung. Kemudian, penelitian yang dilakukan secara simultan memberikan hasil bahwa produk, promosi, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung.

Kata Kunci: Produk, Promosi, Citra Perusahaan, dan keputusan memilih.

## ABSTRACT

*The thesis "The Influence of Product, Promotion, and Corporate Image to the Customer Decision to Choose Sharia Insurance in Tulungagung Bumiputera Sharia Insurance" written by Rico Setyo Adi Wiarno, Nim 1742143229, advised Nur Aziz Muslim, M.H.I.*

*This research is motivated by many companies in Indonesia competing in the business world and economy, not an exception insurance companies both conventional insurance and sharia insurance. A variety of marketing ways have been done to attract customers so they want to use insurance services. While the majority of people currently more familiar with products from conventional insurance than sharia insurance. The majority of the Indonesia population is Islam, will be a good market for sharia insurance be able to continue and grow to be better. Be based on this background, this research raised the issue of the product, promotion, and corporate image, with purpose to examine the influence of product, promotion, and corporate image to the decision of customers to choose sharia insurance in the Tulungagung Bumiputera Shariah Life Insurance partially or simultaneously.*

*The population in this research is all customers who insured sharia in the Tulungagung Bumiputera Sharia Life Insurance. The sampling technique used simple random sampling and total sample of 98 respondents. This research used quantitative approach and multiple linear regression analysis method. The data source used primary data by spreading the questionnaire.*

*The results of this study indicate that partially: (1) product significantly influence to the decision of customers to choose Sharia insurance in the Tulungagung Bumiputera Life Insurance Sharia. (2) promotion have no significant influence to the decision of customers to choose Sharia insurance in the Tulungagung Bumiputera Life Insurance Sharia. (3) corporate image significantly influence to the decision of customers to choose Sharia insurance in the Tulungagung Bumiputera Life Insurance Sharia. Then, research conducted simultaneously gave result that product, promotion, and corporate image have significant influence to the decision of customer choose Sharia insurance in Tulungagung Bumiputera Sharia Life Insurance.*

*Keywords: Product, Promotion, Corporate Image, and decision to choose.*