

Abstrak

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK UNIT LINK SYARIAH (STUDI KASUS PT. TAKAFUL KELUARGA RO YOGYAKARTA TANWIR NUSANTARA)

Oleh:
Difa Aryanti
13423142

Asuransi syariah kini semakin berkembang pesat. Perkembangan ini juga ditunjukkan oleh produk yang dikembangkan dari produk proteksi menjadi produk proteksi dan investasi (unit link). PT. Takaful Keluarga adalah salah satu perusahaan asuransi yang juga menyediakan produk unit link bagi nasabahnya. Kini jumlah nasabah unit link di PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara mengalami peningkatan. Dalam membeli sebuah produk ada faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan membeli. Maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk unit link syariah di PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan menggunakan data berupa angka dan membuat deskripsi secara faktual. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor *personal selling*, religiusitas dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan membeli konsumen. Hal ini ditandai dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu *personal selling* ($1,839 > 1,672$), reputasi perusahaan ($-0,484 < 1,672$), premi ($1,647 < 1,672$), pendapatan ($0,730 < 1,672$), religiusitas sebesar ($1,755 > 1,672$) dan motivasi sebesar ($2,603 > 1,672$). Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan membeli adalah variabel *personal selling*. Hal ini ditandai dengan nilai *standardized coefficients beta* yang dimiliki variabel motivasi lebih besar di antara variabel lainnya, yaitu *personal selling* ($0,224$), reputasi perusahaan ($-0,081$), premi ($0,281$), pendapatan ($0,059$), religiusitas ($0,222$) dan motivasi investasi ($0,297$).

Kata kunci: Asuransi Syariah, Faktor Keputusan Membeli

Abstract

Factors Affecting Consumer Decisions To Purchase Unit Link Syariah Products (Study at PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara)

By:

Difa Aryanti

13423142

Sharia insurance is undergoing rapid development. The development is also shown by products developed from protection products into protection and investment products. PT. Takaful Keluarga is one of insurance company that also provides unit link products for customers. Customers in PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara is increasing. There are some factors that influence customer's buying decision. This research aims to determine factors affecting customer's decision to purchase unit link sharia at PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara. This research is using descriptive quantitative research method, which is a process of finding knowledge by using numerical data and make a factual description. Results of this study revealed that personal selling factors, religiosity factors and motivation factors have significant influence on customer's decision. It is showed by t_{count} more than t_{table} , is personal selling ($1,830 > 1,672$), company reputation ($-0,484 < 1,672$), premi ($1,647 < 1,672$), income ($0,730 < 1,672$), religiosity ($1,755 > 1,672$), and motivation ($2,603 > 1,672$). Motivation variable is most dominant variable. It is showed by motivationstandarized coefficients beta greater more than others, personal selling ($0,224$), company reputation ($-0,081$), premi ($0,281$), income ($0,059$), religiosity ($0,222$) and motivation ($0,297$).

Keywords: Sharia Insurance, Buying Decision Factors