

## ABSTRAK

**Siti Nor Aisyah.** 2021. *Pengaruh Brand Image dan Kemudahan Akses pada Asuransi Syariah terhadap Atensi Generasi Milenial Kota Banjarmasin.* Skripsi. Program Studi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing : Lutfi Sahal, SHI., MSI

**Kata Kunci :** *Brand Image*, Kemudahan Akses, Asuransi Syariah, Atensi Generasi Milenial

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan industri asuransi syariah yang semakin pesat. Oleh karena itu, dalam memenangkan persaingan pasar perusahaan asuransi syariah dituntut untuk memiliki strategi dan taktik yang dapat ditingkatkan melalui beberapa faktor diantaranya penguatan *brand image* dan kemudahan akses. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kemudahan akses pada asuransi syariah secara simultan dan parsial serta melakukan analisis terhadap faktor yang lebih dominan antara *brand image* dan kemudahan akses pada asuransi syariah terhadap atensi generasi milenial kota Banjarmasin. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah generasi milenial berusia 15-34 tahun dan berdomisili di Kota Banjarmasin. Dan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster sampling* dengan jumlah 100 responden. Serta analisis data yang digunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan uji penelitian secara simultan menyatakan variabel *brand image* (X1) dan kemudahan akses (X2) signifikan terhadap variabel atensi generasi milenial (Y). Dengan nilai signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan uji signifikansi secara parsial menyatakan bahwa variabel *brand image* dan kemudahan akses berpengaruh secara parsial terhadap variabel atensi generasi milenial diketahui dari variabel brand image (X1) nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan variabel kemudahan akses (X2) nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Adapun variabel yang lebih dominan berpengaruh antara *brand image* dan kemudahan akses pada asuransi syariah terhadap atensi generasi milenial adalah Nilai  $\beta$  pada variabel *brand image* yaitu 0,379 sedangkan nilai  $\beta$  pada kemudahan akses yaitu 0,297.