

ABSTRAK

Alfina. 2024, Pengaruh pemahaman dan pemasaran agen asuransi tim antasari terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah asuransi PT. Takaful keluarga cabang makassar. Skripsi, Progam Studi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI

Kata Kunci: Pemahaman, Pemasaran, Keputusan menjadi nasabah

Peran agen asuransi pada sebuah perusahaan asuransi sebagai penghubung utama antara perusahaan dan calon nasabah, di mana agen bertanggung jawab untuk mengkomunikasikan dan memasarkan produk-produk asuransi kepada calon nasabah. Seorang agen diharapkan memiliki pemahaman yang mendalam mengenai bidang asuransi, serta strategi pemasaran yang efektif, hal ini akan mendorong calon nasabah untuk mengambil keputusan menjadi nasabah asuransi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman dan pemasaran agen asuransi tim antasari terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah asuransi PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar.

Penelitian ini merupakan studi lapangan yang menerapkan pendekatan kuantitatif. Fokus penelitian adalah pengaruh yang dihasilkan oleh pemahaman yang dimiliki agen asuransi tim antasari dan pemasaran yang diterapkan. Subyek penelitian terdiri dari nasabah PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar yang tergabung dalam agen tim Antasari Banjarmasin, dengan total populasi sebanyak 34 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sementara itu, proses analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik, seperti normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Analisis data dilakukan dengan menerapkan metode regresi linear berganda, yang tidak hanya mencakup pengujian determinasi, tetapi juga pembuktian hipotesis sebagai tahapan penutup.

Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa, pemahaman memiliki pengaruh positif sebesar 1.884, sementara pemasaran memiliki pengaruh positif sebesar 7.235 terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah asuransi PT. Takaful Keluarga Cabang Makasar. Selain itu, hasil dari uji simultan menunjukkan bahwa pemahaman dan pemasaran secara bersama-sama memiliki pengaruh positif sebesar 32.020 terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah PT. Takaful Keluarga Cabang Makasar. Berdasarkan analisis koefisien determinasi, diperoleh bahwa keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah dipengaruhi sebesar 65,3% oleh pemahaman dan pemasaran yang diterapkan.