

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK ASURANSI JIWA DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP MEDAN BELAWAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, untuk mengetahui pengaruh faktor produk secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, untuk mengetahui pengaruh faktor harga secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan dan untuk mengetahui pengaruh faktor promosi, produk dan harga secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu kuesioner atau angket, sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu metode analisis regresi berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji t, Uji F dan Uji Determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan yang diketahui dari nilai t_{hitung} variabel promosi lebih besar dibandingkan t_{tabel} ($7.947 > 1.66901$). Selain itu ada pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan yang diketahui dari nilai t_{hitung} variabel promosi lebih besar dibandingkan t_{tabel} ($3.968 > 1.66901$). Selanjutnya tidak ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan yang diketahui dari nilai t_{hitung} variabel promosi lebih kecil dibandingkan t_{tabel} ($-2.437 < 1.66901$) dan ada pengaruh pengaruh promosi, produk dan harga secara sim terhadap keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan diketahui dari nilai $F_{hitung} =$ lebih besar dibandingkan F_{tabel} ($65.558 > 2.78$).

Kata Kunci : Promosi, Produk, Harga dan Keputusan Nasabah.