

Pengaruh Premi Asuransi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli PT. Asuransi Bintang Tbk Bandar Lampung

Luky Suwanda¹, Prima Rini², Desmon³

^{1,2,3} Universitas Mitra Indonesia, Indonesia

E-mail: lukysuwanda.student@umitra.ac.id¹, prima.oktavianti@gmail.com², desmon@umitra.ac.id³

Article History:

Received: 07 April 2025

Revised: 27 Mei 2025

Accepted: 31 Mei 2025

Keywords: Premium, Service Quality, Purchase Interest

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh premi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada PT. Bintang Insurance Tbk Bandar Lampung. Penelitian ini bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Sampel diambil dari 50 responden yang diperoleh menggunakan metode rumus Slovin dengan teknik data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji T, Regresi Linier Berganda dan Hipotesis. Model diuji dengan menggunakan SPSS Versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa premi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli dengan nilai sebesar 83,3% dan sisanya sebesar 16,7% dijelaskan oleh variabel lain. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli dengan nilai sebesar 87,45% dan sisanya sebesar 12,6% dijelaskan oleh variabel lain. Variabel Premi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 89,6% dan sisanya sebesar 10,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan Asuransi mengharapkan dapat mencapai tujuan dan meraih keberhasilan dan selalu mencapai target bahkan lebih. Keberhasilan dalam Asuransi bisa dari premi Asuransi yang terjangkau atau murah dan mempunyai kualitas pelayanan yang baik. Persaingan antara asuransi lainnya yang ada di Bandar Lampung ini menyebabkan masing-masing asuransi berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Dalam memberikan premi yang paling terjangkau dan kualitas layanan yang baik.

Fenomena yang terjadi di PT Asuransi Bintang Tbk Bandar Lampung adalah ada dua jenis produk asuransi ini yang belum mencapai target perbulan nya dan rata-rata bahkan penjualan hanya 3-7 produk Asuransi Kendaraan dari 10 target yang di tentukan perusahaan, Dan untuk Asuransi Properti penjualan 10-15 produk dari 20 produk target perusahaan. Hal ini harus meningkatkan strategi dalam memasarkan produknya dengan menggunakan premi yang terjangkau. Dan untuk kualitas pelayanan yang penulis lihat masih kurang karena hanya menggunakan media brosur belum menggunakan sosial media seperti instagram, facebook , tiktok

dan sosmed kekinian mungkin karna karyawan nya yang tergolong sedikit hanya tiga orang marketing dan admin officer.

Untuk minat beli penulis berfokus pada pelanggan yang sudah membeli produk dan ingin membeli produk properti dan kendaraan secara berulang di PT.Asuransi bintang. Memuaskan sebagai usaha untuk menarik minat beli nasabah untuk menggunakan produk PT Asuransi Bintang, persaingan yang ketat antar lembaga keuangan dibidang Asuransi mengharuskan setiap lembaga mengoptimalkan strategi dalam memasarkan produknya dengan menggunakan premi yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Djojosoedarso (2019) menyebutkan bahwa premi asuransi sebagai pembayaran dari tertanggung kepada penanggung yaitu perusahaan asuransi, sebagai imbalan jasa atas pengalihan risiko para penanggung. Premi adalah biaya yang dibebankan suatu perusahaan asuransi untuk jumlah uang pertanggungan tertentu. Dari pengertian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa premi asuransi adalah pembayaran sejumlah uang pertanggungan untuk menggantikan suatu kerugian yang didalamnya terdapat perjanjian antara nasabah dan pihak asuransi.

Arianto (2020) Kualitas Pelayanan adalah merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dari dalam diri pelanggan. Bitner (2019) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan pengukuran terhadap tingkat layanan yang diberikan atau yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan.

Tabel 1. Data Penjualan Premi Pada PT Asuransi Bintang Tbk Bandar Lampung

Bulan	Target	Properti	%	Target	Kendaraan	%
Januari	20	12	60%	10	4	40%
Februari	20	10	50%	10	5	50%
Maret	20	5	20%	10	5	50%
April	20	6	33%	10	6	60%
Mei	20	10	50%	10	7	70%
Juni	20	8	25%	10	5	50%
Juli	20	7	23%	10	4	40%
Agustus	20	6	21%	10	3	30%
September	20	10	50%	10	4	40%
Oktober	20	10	50%	10	5	50%
November	20	8	25%	10	5	50%
Desember	20	10	50%	10	6	60%

Berikut adalah data Penjualan PT. Asuransi Bintang Tbk Bandar Lampung Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang di gunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder yang merupakan hasil data wawancara dan hasil jawaban dari kuesioner. Populasi yang di gunakan adalah 102 Nasabah Sampel di ambil sebanyak 50 responden di peroleh menggunakan metode rumus Slovin dengan tehknik data menggunakan kuesioner, Tekni pengumpulan data yang di gunakan adalah Observasi, Wawancara, Data Pustaka dan Kuesioner. penulis menggunakan jenis data kuantitatif deskriptif, dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Sugiyono (2019) menyatakan metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandasan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data berupa kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan Data Penjualan selama satu tahun dari PT. Asuransi Bintang Bandar Lampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Premi Asuransi Terhadap Minat Beli

Hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris Deviantion from linierity 0,792 > 0,05 maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier. diperoleh nilai koefisien determinasi r squares sebesar 0,833 artinya Premi Asuransi dapat menjelaskan Minat Beli sebesar 83,3% dan sisanya 16,7% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai r menunjukkan arah hubungan antara Premi Asuransi terhadap Minat Beli memiliki tingkat hubungan sangat tinggi karena nilai r sebesar 0,913 berada pada rentan 0,8000 – 0,10000.

Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli

Hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris Deviantion from linierity 0,078 > 0,05 maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier. diperoleh nilai koefisien determinasi r squares sebesar 0,874 artinya Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan Minat Beli sebesar 87,4% dan sisanya 12,6% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai r menunjukkan arah hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli memiliki tingkat hubungan sangat tinggi karena nilai r sebesar 0,935 berada pada rentan 0,8000 – 1,0000.

Premi Asuransi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli

Diperoleh nilai koefisien determinasi r squares sebesar 0,896 artinya Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan Minat Beli sebesar 89,6% dan sisanya 10,4% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai r menunjukkan arah hubungan antara Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli memiliki tingkat hubungan sangat tinggi karena nilai r sebesar 0,947 berada pada rentan 0,8000 – 1,0000.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Premi Asuransi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Nasabah PT. Asuransi Bintang Tbk Bandar Lampung. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Premi Asuransi Berpengaruh Positif terhadap Minat Beli Nasabah PT. Asuransi Bintang Tbk Bandar Lampung sebesar 83,3% dan sisanya 16,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif terhadap Minat Beli Nasabah PT. Asuransi Bintang Tbk Bandar Lampung sebesar 87,4% dan sisanya 12,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif terhadap Minat Beli Nasabah PT. Asuransi Bintang Tbk Bandar Lampung sebesar 89,6% dan sisanya 10,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Al-Smadi, M. d.-W. "The Impact of E-Banking on the performance jordanian banks". *Journal of Internet Banking and commerce*. 2012.
- Arianto, N. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas". *jurnal pemasaran kompetitif*. 2018
- Armstrong, K. D. Manajemen Pemasaran. Edisi 15. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. 2014.
- A. Zeithaml, V. P. "Problems and Strategies". *Jurnal of Marketing*. Vol. 49. (Spring).2019

-
- Bitner. "Reasessment Of Expectations As A Compaison Standar". *journal of marketing*. 2019
- Ciptono, W. D. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset. 2020.
- Djatnika, T. Komunikasi Pemasaran. PT Remaja Rosdakarya. 2020.
- Djojosoedarso, S. Prinsip-Prinsip Manajemen Resiko dan Asuransi. Salemba Empat. 2019.
- Irfan, R. J. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah". *jihbiz*.2020
- Keller, K. A. Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga. 2012
- Keller, K. A. Prinsip- Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Erlangga. 2012
- Kotler, P. D. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan jilid 1. erlangga. 2019
- Laksana, L. D. Manajemen pemasaran. Graha Ilmu Yogyakarta. 2021
- Nunuk D.G. Endang Palupi, D. "Pengaruh Citra Merk Dan Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Di Yogyakarta". *edunomika*. 2023
- Paramananda, N.D. "Pengaruh Tarif Premi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik, Iklan Dan Cipta Merk Terhadap Loyalitas Nasabah". *Jurnal manajemen Unud. No.4. Bali*. 2019
- Sanusi, A. "Manajemen Pemasaran". *PT. Raja Grafindo Persada*.2020
- Sanusi, A. "Metodologi Penelitian Bisnis". *Salemba Empat*.2019
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". *Alfabeta,Bandung*. 2018
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". *Alfabeta,Bandung*.2018
- Sugiyono."Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D". *ALFABETA*. 2019
- Tjiptono, F." Strategi Pemasaran". Indonesia: Andi.2021
- Wendy. "Pengaruh Brand Trust, Keibjakan Premi Dan Kualitas Pelayanan Klaim Terhadap Minat Membeli Asuransi Jiwa Prudential Pada Pt Dynamic Succes Globalindo Pontianak". *Journal Widhyadhama*.2023
- Yuliantari, et al. Manajemen Pemasaran. Graha ilmu. 2020
- Zahra, B. D. Pengaruh Tarif Premi Dan Produk Terhadap Minat Beli. *Jebm Jurnal Manajemen*. 2022
- Zuraima. Pengaruh Citra Merk Dan Harga Premi Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Asuransi Jiwa Tradisional Di Pt Asurnsi Bhinneka Life Indonesia . *Jurnal Asuransi Indonesia vol.1 no.1* . 2022