

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang

Tri Maduma Putra Siburian¹, Nawazirul Lubis², dan Hari Susanto³

Abstract

Development needs of an increasingly complex underwriting risk and market competition sharpened cause must be competitive Bumiputera 1912 to show its superiority and grab the attention of the policyholder. People who will make a decision in choosing Bumiputera insurance will consider various things before buying. Consideration, among others, influenced by the quality of service, products, and prices are set by the company.

This study to determine the problems that arises is whether there is influence between quality of service, products and prices on the decision to use insurance services. This type of research is explanatory research with a sample of 100 respondents taken by systematic sampling technique. The data were analyzed qualitatively and quantitatively using validity, reliability, cross tables, simple linear regression, multiple linear regression, t test and F test and the coefficient of determination with SPSS ver 17.0.

Given the simple linear regression equation between quality of service and service usage decision is $Y = 4.404 + 0.169 X_1$. Linear regression equation between products with the decision to use services is $Y = 8.009 + 0.465 X_2$. Linear regression equations between price and service usage decisions is $Y = 11.709 + 0.339 X_3$. Based on these equations can be seen that there is a partial positive influence between each variable X to variable Y. Multiple regression analysis is $Y = 1.124 + 0.117 X_1 + 0.255 X_2 + 0.213 X_3$ so it can be seen that the variable X simultaneously positive effect on the variable Y, and which have the greatest effect is the variable quality of service. Hypothesis testing shows that the variable quality of service, products and prices, affect the decision to use services. This is demonstrated by obtaining t count variable service has 4.473 t count, product 4.590, 3.289 price variable. As for the F test obtained F count of 12.262. And all of these variables were tested at a significance level of 5%. The hypothesis is accepted.

Conclusions and suggestions are obtained respondents felt that the quality of care in good categories, products in good categories, and prices in the category of less affordable for a minority of respondents. Companies should consider the price (insurance premiums) to become more affordable again by prospective policyholders in general, the economically capable alsomiddle and lower economic classes to enjoy the protection of an insurance.

Keyword :decision to use, quality of service, product, prices

Pendahuluan

Kebutuhan akan jasa asuransi kini semakin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana financial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko kematian, atau menghadapi atas harta benda yang dimiliki. Demikian pula dalam usaha menjalankan kegiatannya menghadapi berbagai resiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya. Walaupun banyak metode untuk menangani resiko,

¹Tri Maduma Putra Siburian, Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang, trisibirian@yahoo.com

²Nawazirul Lubis, Dosen Pembimbing I

³ Hari Susanto, Dosen Pembimbing II

namun asuransi merupakan metode yang paling banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap resiko yang dihadapi perusahaan (Darmawi, 2004:1).

Dunia perasuansian dewasa ini mengalami persaingan antar perusahaan asuransi yang sangat tajam yang ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan asuransi baru, sehingga persaingan tersebut akan semakin bertambah ketat. Konsekuensi dari adanya persaingan yang semakin tajam ini, akan memunculkan tiga kemungkinan yang dihadapi suatu perusahaan yaitu mundur dari kegiatan usahanya, bertahan dengan kegiatan usaha yang telah dilakukan, atau tetap unggul bahkan semakin berkembang. Situasi ini menyebabkan pihak perusahaan asuransi dituntut untuk segera melakukan langkah-langkah penyesuaian kebijakan danantisipasi untuk menghadapi perubahan selanjutnya.

AJB Bumiputera 1912 kantor cabang eksekutif Semarang, sebagai suatu lembaga atau institusi yang merupakan pelaku ekonomi juga tidak bisa lepas dari persaingan. Sebagai salah satu perusahaan asuransi di Indonesia yang telah dipercaya oleh masyarakat Indonesia sebagai perusahaan asuransi yang mampu memberikan jaminan dalam asuransi jiwa. Walaupundalam perkembangannya banyak mendapatkan persaingan dari beberapa perusahaan asuransi yang memang tergolong baru, tetapi AJB Bumiputera 1912 eksekutif semarang tidak sedikitpun berpikir untuk mengalah dari para pesaingnya.

Dalam industri asuransi, setiap pemegang polis memiliki kriteria sendiri-sendiri untuk memilih perusahaan asuransi yang diinginkannya. Ada pemegang polis yang menginginkan suatu perusahaan asuransi bisa memberikan keuntungan lebih selain proteksi diri seperti bunga investasi yang tinggi. Ada pula pemegang polis yang menginginkan produk jasa yang tepat, layanan yang lebih cepat, efektif dan efisien. Serta ada nasabah yang memilih sebuah asuransi karena adanya faktor kepercayaan.

Kajian Teori

Asuransi

Menurut buku panduan Materi Pendidikan dan Latihan Agen Asuransi kantor cabang Eksekutif (2009:5) asuransi jiwa pada hakekatnya adalah suatu pelimpahan resiko (*risk shifting*) atas kerugian keuangan (*financial loos*) oleh tertanggung kepada penanggung. Resiko yang dilimpahkan kepada penanggung salah satunya adalah resiko kerugian keuangan sebagai akibat hilangnya jiwa seseorang atau karena mencapai umur tua sehingga tidak produktif lagi.

Menurut Undang-Undang Nomor 2 tahun 1992 (dalam buku Manajemen Asuransi Herman Damawi, 2004:4) bahwa perusahaan asuransi jiwa adalah perusahaan yang memberikan jasa dalam penanggulangan resiko yang dikaitkan dengan hidup matinya seseorang yang dipertanggungkannya. Asuransi jiwa adalah

proteksi diri atau jaminan kematian yang diberikan kepada nasabah terhadap kerugian financial akibat hilangnya kemampuan menghasilkan pendapatan.

Jasa

Produk jasa adalah produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan yang dijual. Jasa pada dasarnya tak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan atas apapun. Perlu diketahui beberapa karakteristik dari jasa. Karakteristik jasa diantaranya (Kotler, 2003:34) adalah:

1. *Intangibility.*

Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli.

2. *Unstorability.*

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga insperability dipisahkan mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Variability.*

Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan, serta kapan dan dimana jasa itu dilakukan. Dalam hal ini pembeli jasa menyadari variabilitas yang tinggi ini dan sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memiliki seorang penyedia jasa.

4. *Perishability.*

Jasa tidak bisa disimpan, daya tahan suatu jasa tergantung situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sebagai penyampaian jasa yang unggul sesuai dengan harapan pengguna jasa, meliputi proses produksi jasa. Selain itu, didefinisikan kualitas pelayanan dari anggapan pengguna jasa yaitu sebagai tingkat kesesuaian antara harapan dengan sikap pengguna jasa.

Pelayanan merupakan hal yang penting sebab:

- 1) Pelayanan yang memuaskan menciptakan loyalitas pemegang polis.
- 2) Pelayanan yang berkualitas merupakan basis dalam penetapan harga.
- 3) Pelayanan yang berkualitas membuka peluang untuk diversifikasi produk dan

harga.

- 4) Dapat menghemat biaya-biaya seperti biaya untuk memperoleh pemegang polis baru, untuk memperbaiki kesalahan.

Pelayanan merupakan hal yang penting, hal ini disebabkan oleh:

1. Pelayanan yang memuaskan menciptakan loyalitas para pemegang polis
2. Pelayanan yang berkualitas merupakan basis dalam penetapan harga.
3. Pelayanan yang berkualitas membuka peluang untuk diversifikasi produk dan harga.
4. Dapat menghemat biaya-biaya, seperti biaya untuk memperoleh pemegang polis baru, untuk memperbaiki kesalahan.

Kualitas jasa/pelayanan menurut Philip Kotler (1997:231) adalah dipengaruhi 5 dimensi mutu pelayanan, yaitu:

1. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, seperti tepat waktu, konsisten dan kecepatan dalam pelayanan.

2. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas.

3. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Kemampuan atas pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan perusahaan. Assurance terdiri dari beberapa komponen, yaitu: komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

4. *Empathy* (empati)

Kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Suatu perusahaan diharapkan mempunyai pengertian dan pengetahuan pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik.

5. *Tangible* (bukti fisik)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, yaitu penampilan peralatan fisik, peralatan personel dan media komunikasi.

Secara operasional dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan para pegawai atau perusahaan asuransi bumiputera untuk memenuhi fungsinya yakni melayani kepentingan para nasabahnya,

Harga atau Premi

Harga dalam penelitian ini lebih menjelaskan tentang premi atau tarif asuransi. Premi asuransi merupakan harga per unit produk asuransi. Harga itu sebagaimana harga produk barang berwujud merupakan fungsi dari biaya produksi. Akan tetapi, dalam industri jasa asuransi biaya produksi belum diketahui pada saat kontrak dibuat (pada saat penetapan harga) dan belum diketahui sampai saat polis yang bersangkutan habis masa berlakunya. Penetapan harga pada jasa asuransi didasarkan pada suatu perkiraan. Proses itu dimulai dengan perkiraan biaya, perkiraan kerugian, dan menggolongkan biaya itu diantara berbagai kelas polis (Darmawi, 2004).

Premi adalah pembayaran dari tertanggung kepada penanggung sebagai imbalan jasa atas pengalihan resiko kepada penanggung. Terkandung maksud bahwa premi merupakan:

- a. Imbalan jasa atas jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada tertanggung untuk mengganti kerugian yang mungkin diderita oleh tertanggung.
- b. Imbalan jasa atas jaminan perlindungan yang diberikan oleh penanggung kepada tertanggung dengan menyediakan sejumlah uang/benefit terhadap resiko hari tua atau kematian.

Perbedaan penting dari harga asuransi dan harga pada industri lainnya timbul dari kenyataan bahwa rate atau tarif dibatasi oleh peraturan pemerintah. Undang-undang menghendaki bahwa tarif asuransi wajar, tidak terlalu tinggi dan diskriminatif. Tarif sebaiknya relatif stabil agar masyarakat tidak gusar oleh bervariasinya biaya hidup secara mencolok dari tahun ke tahun. Pada saat yang sama tarif harus bersifat peka terhadap kondisi yang sedang berubah untuk menghindari terjadinya ketidaktepatan penetapan kerugian.

Secara operasional dapat disimpulkan bahwa premi adalah sejumlah uang yang dibayarkan pemegang polis guna mendapatkan benefit dari asuransi yang diikuti dengan syarat tarif yang sesuai dengan benefit, memiliki ketertarikan atas besaran premi dan benefit serta besaran premi yang disesuaikan dengan pendapatan konsumen.

Keputusan Penggunaan Jasa

Keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal sebagai keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Sofjan Assauri, 2004: 141).

Keputusan pemakaian jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen, secara garis besar perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Menurut Louden dan Della Bitta (dalam Sudharto P. Hadi, 2007:3), pemahaman tentang perilaku konsumen sangat esensial (penting) untuk keberhasilan program pemasaran jangka panjang.

Proses pembelian konsumen melalui lima tahap, yaitu tahap pengenalan masalah, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif, tahap keputusan pembelian dan tahap perilaku purna pembelian.

Secara operasional dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan jasa adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan konsumen sehubungan dengan kebutuhannya. Yaitu kesediaan merekomendasikan kepada orang lain, puas setelah memakai jasa, mengulang pemakaian jasa dan ketertarikan konsumen atas produk yang ditawarkan tersebut.

Metode Penelitian

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *sistematis sampling*. *sistematis sampling* adalah teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang telah diberikan nomor urut dari setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Populasi yang diambil adalah jumlah pemegang polis AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang dari tahun 2006-2011, yaitu berjumlah 1070 pemegang polis. Berdasarkan rumus Slovin, (Sugiyono), dilakukan perhitungan untuk menentukan jumlah sampel sebesar 90,70 yang kemudian dibulatkan menjadi 100.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala Likert dan metode scoring dan tabulating. Setelah semua data terkumpul kemudian dilakukan analisis data berupa uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana dan uji linier berganda.

Hasil Penelitian

Uji Statistik Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Hasil uji statistik dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) antara kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa adalah sebesar 0,170. Artinya sebesar 17% menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberi pengaruh sebesar 17% terhadap keputusan penggunaan jasa, sedangkan sisanya 83% adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati.

Diperoleh koefisien regresi linear sederhana untuk kualitas pelayanan adalah sebesar 0,169, sedangkan nilai konstantanya adalah 4,404 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 4,404 + 0,169X_1$, dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan jasa. Kondisi ini mengandung arti jika kualitas pelayanan meningkat maka keputusan penggunaan jasa akan meningkat, dimana peningkatannya sebesar 0,169 satuan.

Uji Statistik Pengaruh Produk (X_2) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Hasil uji statistik dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) antara produk terhadap keputusan penggunaan jasa adalah sebesar 0,177. Artinya sebesar 17,7% menunjukkan bahwa variabel produk memberi pengaruh sebesar 17,7% terhadap keputusan penggunaan jasa, sedangkan sisanya dari variabel lain yang tidak diamati.

Diperoleh koefisien regresi linear sederhana untuk produk adalah sebesar 0,465, sedangkan nilai konstantanya adalah 8,009 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 8,009 + 0,465X_2$, dapat diartikan bahwa variabel produk berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan jasa. Kondisi ini mengandung arti jika produk meningkat maka keputusan penggunaan jasa akan meningkat, dimana peningkatannya sebesar 0,465 satuan.

Uji Statistik Pengaruh Harga (X_3) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Hasil uji statistik dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) antara harga terhadap keputusan penggunaan jasa adalah sebesar 0,099. Artinya sebesar 9,9% menunjukkan bahwa variabel harga memberi pengaruh sebesar 9,9% terhadap keputusan penggunaan jasa, sedangkan sisanya 90,1% adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati.

Diperoleh koefisien regresi linear sederhana untuk variabel harga adalah sebesar 0,339, sedangkan nilai konstantanya adalah 11,709 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 11,709 + 0,339X_3$, dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan jasa. Kondisi ini mengandung arti jika harga meningkat maka keputusan penggunaan jasa akan

meningkat, dimana peningkatannya sebesar 0,339 satuan.

Uji Statistik Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Produk (X_2), dan Harga (X_3) Terhadap Keputusan Penggunaan jasa (Y)

Hasil uji statistik dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) antara variabel kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa adalah sebesar 0,277. Artinya sebesar 27,7% menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, produk dan harga memberi pengaruh sebesar 27,7% terhadap keputusan penggunaan jasa, sedangkan sisanya 72,3% adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati.

Diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 1,224 + 0,117X_1 + 0,225X_2 + 0,213X_3$, dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan, produk dan harga berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan jasa. Kondisi ini mengandung arti jika ketiga variabel bebas tersebut meningkat maka keputusan penggunaan jasa akan meningkat.

Pembahasan

Nilai konstanta sebesar 1,124 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan, produk, dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi AJB Bumiputera 1912 kantor cabang eksekutif semarang, dianggap konstan, maka besarnya variabel keputusan penggunaan jasa yaitu 1,124.

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan, produk, dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi, masing-masing sebesar 0,117, 0,255 dan 0,213. Hal ini mengandung arti bahwa variabel kualitas pelayanan, produk, dan harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan jasa .

Kondisi ini dapat diartikan bahwa ketika persepsi variabel kualitas pelayanan, produk, dan harga meningkat maka persepsi keputusan penggunaan jasa juga akan meningkat. Diantara ketiga variabel bebas tersebut ternyata produk di AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang memberi pengaruh yang lebih besar daripada kualitas pelayanan dan harga dalam mempengaruhi keputusan penggunaan jasa nasabah. Produk baik ini ada karena kepercayaan para pemegang polis akan keberadaan asuransi Bumiputera 1912. asuransi merupakan bisnis kepercayaan maka dari itu produk perusahaan asuransi menjadi sangat berpengaruh bagi para pemegang polis.

Penutup

Berdasarkan analisis dan pengujian yang diperoleh dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan harga pada keputusan pembelian pemegang polis di AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang, maka diambil simpulan dan saran antara lain sebagai berikut :

Kualitas pelayanan di AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang dinilai sudah baik menurut para pemegang polisnya, hal ini dikuatkan dengan jawaban 63 responden (100.0%). Pelayanan yang baik mendorong seseorang untuk menjadi pemegang polis, yaitu dengan terlihatnya keputusan pembelian yang tinggi melalui hasil analisis tabel silang.

Penilaian responden terhadap produk meningkat maka mengakibatkan keputusan penggunaan jasa responden tersebut juga meningkat. Responden menilai AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang memiliki produk yang baik, hal ini dikuatkan dengan jawaban 56 responden (100,0%). Kepercayaan responden akan produk terhadap asuransi Bumiputera juga tinggi, sebab merupakan perusahaan asuransi yang sudah 98 tahun melayani pemegang polis sehingga sudah profesional, dan pemegang polis menilai AJB Bumiputera tahan terhadap krisis sehingga jaminan finansial juga terjaga (aman).

Pengaruh variabel harga terhadap keputusan penggunaan jasa adalah positif atau jika tanggapan responden terhadap harga meningkat yang menunjukkan nominal harga (premi) adalah terjangkau maka mengakibatkan keputusan penggunaan jasa responden tersebut juga meningkat. Kondisi ini mengandung arti jika harga semakin murah maka penilaian responden terhadap harga akan semakin baik sehingga konsumen akan semakin ingin menggunakan jasa asuransi di AJB Bumiputera 1912. Harga (premi) yang ditawarkan oleh AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang. Faktor harga masih merupakan salah satu pertimbangan pemegang polis dalam membeli jasa asuransi di Bumiputera.

Kualitas pelayanan, produk, dan harga memberi pengaruh sebesar 27,7% terhadap keputusan pembelian. Hasil dari perhitungan regresi berganda dimana diperoleh persamaan regresinya yaitu $Y = 1,124 + 0,117 X_1 + 0,255 X_2 + 0,213 X_3$, menunjukkan pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan, produk, dan harga terhadap variabel keputusan penggunaan jasa. Artinya semakin tinggi penilaian responden terhadap kualitas pelayanan, produk, dan harga mengakibatkan semakin besar pula keputusan penggunaan jasa pemegang polis pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang.

Perusahaan perlu melakukan pelatihan-pelatihan khusus bagi para karyawan untuk meningkatkan skill, menguasai teknik penyampaian informasi secara baik dan mengasah kemampuan verbal dalam menyampaikan informasi. Upaya lain yang disarankan yaitu peningkatan baik dari sarana dan prasarana., peningkatan kualitas sumber daya manusia, menjaga kenyamanan gedung terutama ruang tunggu dan toilet.

Mempertahankan kualitas produk, meningkatkan jumlah proteksi serta memaksimalkan kegunaan dari produk tersebut dengan harga premi yang dapat dan sesuai dengan kemampuan masyarakat sebagai pemegang polis dan menjaga keberadaan perusahaan supaya tetap dapat dipercaya.

Harga atau premi di AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang mempunyai pengaruh yang signifikan dalam keputusan penggunaan jasa. Premi di asuransi Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang masih tergolong mahal bagi sebagian responden, sehingga perlu mendapat perhatian dari perusahaan agar bisa terjangkau oleh calon pemegang polis. Saran yang bisa diberikan untuk perusahaan seperti menambah proteksi yang akan didapatkan dengan produk yang sama, agar para nasabah dapat lebih tertarik untuk menggunakan produk asuransi bumiputera 1912 semarang. Menurunkan sedikit Uang Pertanggungan (UP) dan penggunaan tarif yang rendah. Tarif yang rendah akan berpengaruh pada jumlah UP sehingga premi pun bisa cukup rendah.

Untuk penelitian selanjutnya dapat diteliti variabel lain selain variabel kualitas pelayanan, produk, dan harga. Nilai Koefisien Determinasi kualitas pelayanan, produk, dan harga sebesar 27,7% terhadap keputusan penggunaan jasa. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang mungkin dapat memberi pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan penggunaan jasa, seperti merek, lokasi, dan promosi.

Daftar Referensi

- Darmawi, Herman. 2004. *Manajemen jasa*. Jakarta : Gramedia
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta, PT.
Prehallindo
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 1998,2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta :
PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12.
Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Materi Pendidikan Dan Latihan Agen Asuransi kantor cabang Eksekutif , 2009.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2002. *Manajemen pemasaran Modern*. Yogyakarta :
Liberty