

Tipe Koleksi: UHAMKA - Tesis MM

Kompetensi dan Promosi Oleh Agen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi PT. Prudential Life Assurance Pada Enterprise Agency

Siti Chadidjah Maulidya

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=63875&lokasi=lokal>

Abstrak

Siti Chadidjah Maulidya, Kompetensi dan Promosi Oleh Agen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi PT. Prudential Life Assurance Pada Enterprise Agency. Tesis. Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.

Tesis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi dan promosi oleh agen terhadap keputusan pembelian asuransi PT. Prudential Life Assurance Pada Enterprise Agency. Hipotesis yang di uji adalah: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kompetensi Agen terhadap Keputusan Pembelian produk asuransi PT. Prudential Life Assurance, (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi Oleh Agen terhadap Keputusan Pembelian produk asuransi PT. Prudential Life Assurance, (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kompetensi Agen terhadap Promosi Oleh Agen PT. Prudential Life Assurance. Metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis jalur (Path Analysis) menggunakan SPSS 22.0 for windows. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling. Sample yang digunakan nasabah PT. Prudential Life Assurance, khususnya yang telah menjadi nasabah minimal 2 tahun di Enterprise Agency yaitu sebanyak 175 responden. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang berbentuk skala likert. Hasil penelitian ini berupa: Pertama, Variabel kompetensi agen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT. Prudential Life Assurance, tetapi tidak signifikan, ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,250 dengan persamaan regresinya $3 \hat{X} = 60,553 + 0,344X1$. Kedua, Promosi oleh agen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk asuransi PT. Prudential Life Assurance yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,709 dengan persamaan regresinya $3 \hat{X} = 41,115 + 0,775X2$. Ketiga, Kompetensi Agen berpengaruh positif terhadap promosi oleh agen PT. Prudential Life Assurance yang ditunjuk dengan koefisien korelasi sebesar 0,366 dengan persamaan regresinya $2 \hat{X} = 24,349 + 0,461X1$. Selanjutnya dengan analisis jalur (path analysis) didapat $p_{21} = 0,366$; $p_{32} = 0,732$ di atas 0,05 yang berarti path analysisnya signifikan, tetapi $p_{31} = 0,03$ kurang dari 0,05 yang berarti tidak signifikan. Maka implikasi dan saran dari penelitian ini adalah dengan meningkatkan kualitas kompetensi agen di PT. Prudential Life Assurance, akan memberikan dampak positif terhadap hasil yang dicapai, kompetensi agen harus memiliki hubungan positif dengan nasabah dan memiliki keterlibatan sepenuhnya selama proses penyajian jasa berlangsung, sehingga akan menghasilkan hasil yang maksimal. Promosi oleh agen harus dilalui dan dijalani dengan sebaik mungkin sehingga apa yang diinginkan nasabah dapat terpenuhi disertai sistem dan komitmen demi tercapainya kepuasan nasabah. Lalu dari segi keputusan pembelian yang berperan penting adalah adanya kualitas dari kompetensi dan promosi oleh agen PT. Prudential Life Assurance, maka dari itu kualitasnya perlu lebih ditingkatkan lagi agar yang

diinginkan dapat terpenuhi.

Kata Kunci: Kompetensi Agen, Promosi Oleh Agen, Keputusan Pembelian dan Asuransi