

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Asuransi dan lembaga asuransi sebagai lembaga peralihan resiko mempunyai peranan penting. Usaha perasuransian sebagai salah satu lembaga keuangan non Bank ini sangat penting peranannya dalam rangka pembangunan bidang ekonomi karena dengan usaha ini bisa menghimpun dana yang digali dari masyarakat melalui perolehan resmi bertanggung.

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Kebutuhan dapat berupa kebutuhan keseharian (keluarga), kebutuhan studi, pekerjaan, status ekonomi, status sosial, dan kebutuhan lainnya. Dalam melakukan rencana pembelian, konsumen dihadapkan kepada berbagai alternatif pilihan produk, kualitas produk, merek, tempat dan pilihan lainnya. Oleh karena itu konsumen sering menghadapi kebingungan untuk memilih produk, sehingga sebelum melakukan pembelian konsumen harus memikirkan produk apa yang akan dibelinya.

PT Asuransi Jiwa Sequis Life berdiri tahun 1984. PT Asuransi Jiwa Sequis Life mengalami penurunan minat beli konsumen terhadap produk Life Plan. Dimana tercermin dari tidak tercapainya target polis Life Plan yang dibeli oleh konsumen.

Produk asuransi mempunyai manfaat yang baik untuk konsumen seperti menanggulangi resiko konsumen. Adanya premi menjadi salah satu syarat mutlak bagi penanggung sebagai perusahaan pertanggungan. Yang menetapkan jumlah premi adalah penanggung berdasarkan perhitungan kemungkinan dan statistik.

Manfaat produk asuransi plan life ini masih belum memuaskan konsumen. Dimana produk plan life masih memiliki kekurangan yaitu masa uji produk cukup lama yaitu 2 tahun tahun, fasilitas yang cukup terbatas untuk para nasabah, dan nilai investasi yang rendah untuk produk ini sehingga memicu ketidaktertarikan konsumen kepada produk Plan Life ini.

Peranan personal selling sangat dibutuhkan untuk mencapai sasaran yang diinginkan karena komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan suatu produk atau jasa.

Agent dari sequis life cukup banyak tetapi karena terlalu banyak sehingga sulit mengontrol. Banyak agent yang masih belum berpengalaman tetapi terlalu semangat dalam prospek kepada konsumen tetapi pada prakteknya tidak memahami secara menyeluruh informasi life plan dalam melayani tanya jawab dari konsumen, agent yang terlalu mementingkan bonus dibandingkan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen.

Kualitas pelayanan masih belum maksimal sehingga memicu keluhan para konsumen dimana pelayanan yang diberikan masih belum cepat dan valid dari segi informasi sehingga memicu ketidakpercayaan, tingkat keramahan kepada konsumen dalam melayani tanya jawab dan kepengurusan pencairan juga masih rendah, kemudian polis cukup lama selesai dan diterima konsumen. Hal ini memicu konsumen sering mengeluh terhadap kualitas pelayanan.

Dari permasalahan diatas peneliti merasa perlu melakukan dengan judul : **“Pengaruh Produk Asuransi, Personal Selling dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Asuransi Produk Life Plan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Medan.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat produk asuransi plan life ini masih belum memuaskan konsumen.
2. Banyak agent yang masih belum berpengalaman.
3. Kualitas pelayanan masih belum maksimal sehingga memicu keluhan para konsumen.
4. Penurunan minat beli konsumen tercermin dari tidak tercapainya target polis Life Plan yang dibeli oleh konsumen.

1.3 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Produk Asuransi terhadap Minat Beli Asuransi Produk Life Plan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Medan?
2. Bagaimana pengaruh Personal Selling terhadap Minat Beli Asuransi Produk Life Plan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Medan?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Asuransi Produk Life Plan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Medan?

4. Bagaimana pengaruh Produk Asuransi, Personal Selling dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Asuransi Produk Life Plan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Medan?

I.4 Teori Pengaruh Produk terhadap Minat Beli

Menurut Nitisusastro (2015:159) konsumen perlu mengetahui tentang karakteristik suatu produk apabila konsumen kurang mengetahui informasi tentang karakteristik suatu produk bisa salah dalam mengambil keputusan membeli.

Menurut Hasan (2013:178), dengan demikian, sangat jelas bahwa dilihat dari sudut perilaku konsumen misalnya saja persepsi dan sikap terhadap kualitas produk dan kesesuaiannya terhadap diri dan keluarga mereka, memiliki dampak yang sangat besar terhadap cara mereka menilai dan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian termasuk dalam melakukan pembelian ulang.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2016:190), Di dalam suatu proses keputusan, konsumen tidak akan berhenti pada proses konsumsi saja. Konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Inilah yang disebut proses evaluasi alternatif tahap kedua. Hasil dari proses evaluasi pasca konsumsi adalah kepuasan atau ketidakpuasan terhadap konsumsi produk atau merek yang telah dilakukannya. Setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut.

I.5 Teori Pengaruh *Personal Selling* terhadap Minat Beli

Menurut Abdurrahman (2015:191), *Personal Selling* menindaklanjuti setelah penjualan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mengulangi bisnis.

Menurut Sudaryono (2016:89), tantangan adalah menciptakan hubungan khusus dengan pelanggan terbaik perusahaan di mana pelanggan merasakan komunikasi dua arah yang baik dan merasa mendapat hak serta hadiah khusus. Program yang menjadikan antara lain program pemasaran berdasarkan frekuensi dan program pemasaran.

I.6 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli

Tjiptono(2017:26),dalam mengevaluasi keputusan pembelian terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu yang sering digunakan konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas produk.

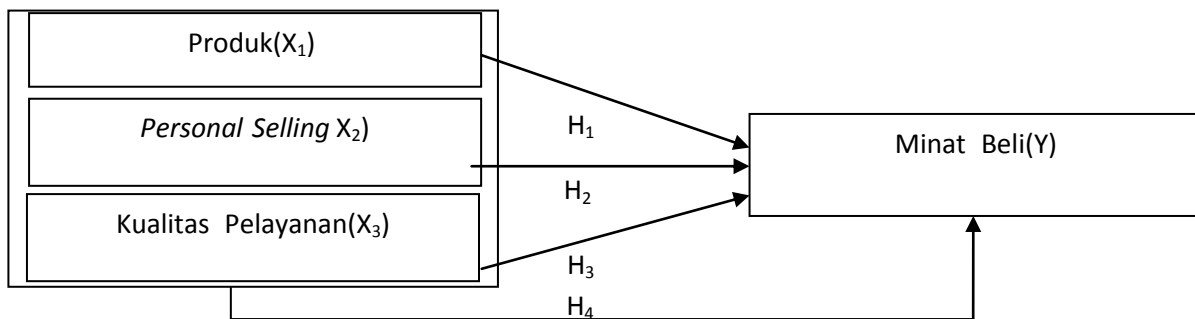
Sangadji dan Sopiah(2018:98), kualitas pengalaman dan kepercayaan yang tinggi, resiko dalam pembeliannya akan lebih banyak.

Surjaweni(2015:144), Pelayanan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh

pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk keputusan pembelian.

I.7 Kerangka Konseptual

Hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.



Gambar I.1.

Kerangka Konseptual

I.8 Hipotesis Penelitian

Sujarweni(2015:68),hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Produk Asuransi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Asuransi Produk Life Plan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Medan.

H₂ : Personal Selling berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Asuransi Produk Life Plan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Medan.

H₃ : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Asuransi Produk Life Plan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Medan.

H₄: Produk Asuransi, Personal Selling dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Asuransi Produk Life Plan PT Asuransi Jiwa Sequis Life Medan.