

**PENGARUH JENIS ASURANSI KENDARAAN, PROSES DAN CITRA  
PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA ASURANSI  
MULTI ARTHA GUNA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



**Diajukan oleh :**

**CHEFRI AGUSTRI**

**NPM. 2101110140**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**


**2025**


UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : CHEFRI AGUSTRI  
Nomor Pokok/NIRM : 2101110140  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH JENIS ASURANSI KENDARAAN,  
PROSES, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA ASURANSI  
MULTI ARTHA GUNA PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal 7 Februari 2025 Pembimbing I :   
: Lusiana Nargis, S.E., M.Si.  
NIDN. 0222036101

Tanggal 10-2-2025 Pembimbing II :   
: Herlan Junaidi, S.E., M.P.  
NIDN. 0219086101

Mengetahui,

Dekan

Tanggal 10-2-2025



Dr. Misy Mikiyal, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 10-2-2025



Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si  
NIDN : 0226028303

113 /PS/DFEB/ 25

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : CHEFRI AGUSTRI  
Nomor Pokok/NIRM : 2101110140  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH JENIS ASURANSI KENDARAAN,  
PROSES, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA ASURANSI  
MULTI ARTHA GUNA PALEMBANG

Penguji Skripsi

Tanggal 7 Februari 2025 Ketua Penguji : Lusia Nargis, S.E., M.Si.  
NIDN. 0222036101

Tanggal 10-2-2025 Penguji I : Herlan Jumardi, S.E., M.P.  
NIDN. 0219086101

Tanggal 7-2-2025 Penguji II : Yunidar Erlina, S.E., M.Si.  
NIDN. 0230066302

Mengesahkan,

Dekan

Tanggal 10-2-2025



Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, Ak. CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 10-2-2025

Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si  
NIDN. 0226028303

iii

113 /PS/DFEB/25

## **MOTTO**

**Motto:**

**“Belajarlah menghadapi kesulitan dalam kehidupan untuk mendapat  
kemudahan di masa depan”**

**-Penulis 2025\_**

**“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”**

**QS. Ash-Sharh (94:5-6)**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua ku tercinta

Ayah dan Ibu, terima kasih atas doa, cinta tanpa syarat, serta pengorbanan yang tak ternilai. Setiap langkah dalam perjalanan ini adalah wujud dari harapan kalian yang selalu menjadi semangatku untuk terus melangkah. Skripsi ini, meski sederhana, adalah wujud dari betapa besar peran Ayah dan Ibu dalam perjalanan hidupku. Dari lubuk hati yang paling dalam, aku berdoa semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan untuk Ayah dan Ibu, yang selalu menjadi rumah terindah dalam hidupku.

2. Kakak-kakak ku tersayang

Terima kasih telah menjadi sosok yang selalu menginspirasi dan mendukungku, baik dengan nasihat bijak maupun candaan yang menguatkan. Untuk setiap doa, perhatian, dan dukunganmu, aku merasa sangat beruntung memiliki kakak seperti dirimu. Semoga karya ini menjadi bukti kecil atas segala jerih payah, bimbingan, dan cinta yang telah kakak curahkan.

3. Kamu, teman hidupku

Terima kasih telah menjadi sumber kekuatanku di saat aku merasa lelah dan hampir menyerah. Kehadiranmu adalah cahaya yang menerangi setiap langkahku, memberi semangat saat aku ragu, dan menjadi tempatku berbagi cerita, keluh, dan tawa. Bersamamu, aku belajar bahwa cinta itu bukan hanya

tentang kebahagiaan, tetapi juga tentang saling menguatkan dalam perjuangan.  
Semoga karya ini menjadi awal dari langkah-langkah besar yang akan kita raih bersama.

4. Kepada saya sendiri

Apapun yang terjadi intinya terima kasih

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chefri Agustri  
NPM : 2101110140  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Jenis Asuransi Kendaraan, Proses Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi Multi Artha Guna (MAG) Palembang

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari penulisan lain. Skripsi ini telah ditulias oleh saya sendiri dengan sungguh-sungguh.

Apabila terbukti dikemudian hari bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Januari 2025  
Penulis.



Chefri Agustri

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan bagian dari tugas akhir dan kewajiban penulis serta salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti. Dalam penelitian ini penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Jenis Asuransi Kendaraan, Proses Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi Multi Artha Guna Palembang”.

Penulis telah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik mungkin, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyajian maupun penulisan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca demi kemajuan pada penelitian selanjutnya.

Dengan segala kerendahan hati penulis menghaturkan banyak terima kasih serta penghargaan yang setulus-tulusnya karena bagaimanapun skripsi ini juga tersusun berkat adanya bimbingan, petunjuk dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Ir. H. Edizal AE, MS selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak. CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. Ima Andriyani, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
5. Ibu Lusia Nargis, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi bimbingan, bantuan, arahan dan waktunya selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Herlan Junaidi, SE.,M.P selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi bimbingan, bantuan, arahan dan waktunya selama proses penyusunan skripsi ini.



7. Bapak Muhammad Ridwan, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu sejak awal perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti yang telah mendidik dan membekali pengetahuan kepada penulis selama masa studi dan Staff Universitas Tridianti yang telah banyak membantu.
9. Bapak Herdy Fierly selaku BM Palembang
10. Kedua orang tua ku tercinta, dan kakak-kakakku tersayang yang telah memberikan dukunga moril maupun materi serta termotivasi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini
11. Teman-teman seperjuanganku, yang selalu memberikan semangat, bantuan dan pengalaman selama kuliah.

Penulis berharap semoga segala kebaikan dan bantuan dari semua pihak mendapatkan berkah yang berlimpah dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Aamiin.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xviii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

4.1	Latar Belakang.....	1
4.2	Perumusan Masalah.....	8
4.3	Tujuan Penelitian.....	9
4.4	Manfaat Penelitian.....	9

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1	Kajian Teoritis .....	11
2.1.1	Pengertian Manajemen.....	11
2.1.2	Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.3	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.4	Jenis Asuransi .....	14

2.1.4.1	Definisi Asuransi .....	14
2.1.4.2	Jenis-Jenis Asuransi.....	16
2.1.4.3	Faktor Yang Mempengaruhi Jenis Asuransi.....	18
2.1.4.4	Manfaat Asuransi.....	22
2.1.4.5	Indikator Jenis Asuransi Kendaraan .....	23
2.1.5	Proses .....	24
2.1.5.1	Definisi Proses .....	24
2.1.5.2	Karakteristik Proses .....	25
2.1.5.3	Faktor Yang Mempengaruhi Proses.....	26
2.1.5.4	Indikator Proses.....	28
2.1.6	Citra Perusahaan .....	29
2.1.6.1	Definisi Citra Perusahaan.....	29
2.1.6.2	Manfaat Citra Perusahaan .....	30
2.1.6.3	Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan .....	31
2.1.6.4	Indikator Citra Perusahaan.....	32
2.1.7	Keputusan Pengguna.....	34
2.1.7.1	Definisi Keputusan Pengguna.....	34
2.1.7.2	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna .	35
2.1.7.3	Indikator Keputusan Pengguna .....	36
2.2	Kerangka Berpikir.....	37
2.3	Hipotesis .....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Tempat Dan Waktu Penelitian .....	40
3.1.1	Tempat Penelitian .....	40
3.1.2	Waktu Penelitian.....	40
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.2.1	Sumber Data.....	41
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling.....	42
3.3.1	Populasi.....	42

3.3.2	Sampel .....	43
3.3.3	Teknik Sampling .....	44
3.4	Rancangan Penelitian.....	44
3.5	Variabel dan Definisi Operasional.....	46
3.5.1	Variabel.....	46
3.5.2	Definisi Operasional .....	47
3.6	Instrumen Penelitian .....	49
3.6.1	Uji Instrumen .....	50
3.6.1.1	Uji Validitas .....	50
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.7	Teknik Analisis Data .....	51
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.1.1	Uji Normalitas.....	51
3.7.1.2	Uji Multikolinieritas .....	52
3.7.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	52
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.7.3	Analisis Koefisien Korelasi .....	54
3.7.4	Analisis Koefisien Determinasi .....	55
3.8	Uji Hipotesis .....	55
3.8.1	Uji Parsial.....	55
3.8.2	Uji Simultan .....	57
3.9	Sistematika Penulisan .....	58

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian .....	59
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	59
4.1.2	Visi dan Misi .....	62
4.1.2.1	Visi .....	62
4.1.2.2	Misi.....	63
4.1.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	63
4.1.3.1	Struktur Organisasi.....	63

4.1.3.2 Tugas dan Tanggung Jawab .....	65
4.2 Pembahasan dan Interpretasi.....	69
4.2.1 Karakteristik Responden .....	69
4.2.1.1 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	70
4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	72
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	72
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas Jenis Asuransi Kendaraan.....	72
4.3.1.2 Hasil Uji Validitas Proses.....	73
4.3.1.3 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan.....	74
4.3.1.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pengguna .....	74
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	75
4.4 Hasil Analisa Data.....	76
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	76
4.4.1.1 Hasil Uji Normalitas.....	76
4.4.1.2 Hasil Multikolinearitas .....	77
4.4.1.3 Hasil Heteroskedastisitas .....	78
4.5 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda.....	79
4.6 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	81
4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	83
4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	83
4.8.1 Hasil Uji T.....	84
4.8.2 Hasil Uji F.....	87
4.9 Pembahasan .....	88

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran .....	93

<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	94
-----------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	40
3.2 Jumlah Nasabah Asuransi Kendaraan MAG Palembang.....	43
3.3 Definisi Operasional dan indikator .....	47
3.4 Skala Likert.....	49
3.5 Interval Koefisien Korelasi .....	54
4.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	70
4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
4.3 Hasil Uji Validitas Jenis Asuransi Kendaraan (X1).....	72
4.4 Hasil Uji Validitas Proses (X2).....	73
4.5 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (X3).....	74
4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pengguna (Y) .....	74
4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	75
4.8 Hasil Uji Normalitas .....	76
4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	80
4.12 Hasil Uji Koefisien Korela.....	82
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	83
4.14 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	84
4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir .....	38
4.1 Struktur organisasi.....	64
4.2 Hasil uji heteroskedastisitas.....	78

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Data Variabel Jenis Asuransi Kendaraan (X1)
3. Tabulasi Data Variabel Proses (X2)
4. Tabulasi Data Variabel Citra Perusahaan (X3)
5. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pengguna (Y)
6. Hasil Perhitungan Data Menggunakan Program Statistical Product and Service Solutions (IBM SPSS) Version 30.0
7. Tabel r Untuk  $df = 51-100$



## ABSTRAK

**Chefri Agustri. “Pengaruh Jenis Asuransi Kendaraan, Proses, dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi Multi Artha Guna Palembang”. (Dibawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, SE.,M.Si. dan Bapak Herlan Junaidi, SE.,M.P).**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel jenis asuransi kendaraan, proses, dan citra perusahaan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Asuransi Multi Artha Guna (MAG) di Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada 60 responden, yang terdiri dari nasabah Asuransi MAG, dengan teknik pengambilan sampel accidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda melalui perangkat lunak SPSS versi 30.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jenis asuransi kendaraan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa asuransi, dengan nilai signifikansi sebesar 0,329 ( $> 0,05$ ). Sebaliknya, variabel proses dan citra perusahaan secara parsial menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen, masing-masing dengan nilai signifikansi sebesar 0,024 dan 0,007 ( $< 0,05$ ). Secara simultan, variabel jenis asuransi kendaraan, proses, dan citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi uji F sebesar 0,001 ( $< 0,05$ ).

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 49,6% menunjukkan bahwa keputusan menggunakan jasa asuransi dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Sisanya sebesar 50,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Analisis regresi menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah:  $Y$

$= 14,247 + 0,124X_1 + 0,301X_2 + 0,280X_3$ , di mana  $X_1$  adalah jenis asuransi kendaraan,  $X_2$  adalah proses, dan  $X_3$  adalah citra perusahaan.

**Kata Kunci: Jenis Asuransi Kendaraan, Proses, Citra Perusahaan, Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi**

## **ABSTRACT**

Chefri Agustri. *"The Influence of Vehicle Insurance Types, Processes, and Company Image on the Decision to Use Multi Artha Guna Insurance Services in Palembang."* (Supervised by Mrs. Lusia Nargis, SE., M.Si., and Mr. Herlan Junaidi, SE., M.P.).

*This study aims to analyze the influence of the variables of vehicle insurance types, processes, and company image on consumer decisions in using the services of Multi Artha Guna (MAG) Insurance in Palembang. The research employs a quantitative approach. Data were collected through questionnaires distributed to 60 respondents, consisting of MAG Insurance customers, using an accidental sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression methods with SPSS version 30 software.*

*The findings reveal that the vehicle insurance type variable, partially, does not have a significant influence on the decision to use insurance services, with a significance value of 0.329 ( $> 0.05$ ). Conversely, the process and company image variables, partially, have a significant influence on consumer decisions, with significance values of 0.024 and 0.007, respectively ( $< 0.05$ ). Simultaneously, the vehicle insurance type, process, and company image variables collectively have a positive and significant influence on the decision to use insurance services, as indicated by the F-test significance value of 0.001 ( $< 0.05$ ).*

*The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 49.6% indicates that the decision to use insurance services can be explained by these three variables. The remaining 50.4% is influenced by other factors not examined in this study. The regression analysis reveals the following regression equation:  $Y = 14.247 + 0.124X_1 + 0.301X_2 + 0.280X_3$ , where  $X_1$  represents the type of vehicle insurance,  $X_2$  represents the process, and  $X_3$  represents the company image.*

**Keywords:** *Vehicle Insurance Type, Process, Company Image, Decision to Use Insurance Service*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pemasaran tidak hanya berakhir pada kegiatan penjualan, melainkan merupakan rangkaian kegiatan yang saling berkaitan. Proses pemasaran dimulai jauh sebelum tahap produksi dan tidak berhenti pada penjualan semata. Bagi pemasar yang ingin produknya laku di pasar, bertahan, bahkan berkembang, mereka harus memikirkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sejak awal perencanaan.

Perkembangan pemasaran berawal dari revolusi industri besar-besaran pada tahun 1900, yang mengubah pola perilaku masyarakat. Sebelum revolusi, aktivitas bisnis masih berfokus pada merkantilisme, di mana perdagangan adalah aktivitas utama. Namun, setelah revolusi, perilaku bisnis beralih menjadi kapitalisme, didorong oleh munculnya kekuatan baru dalam perdagangan. Banyak individu dengan modal besar membangun pabrik dan perusahaan untuk memproduksi barang lebih cepat dan memperdagangkannya dengan tujuan meningkatkan efisiensi produksi.

Perubahan ini juga mengubah pandangan dan perilaku pasar, di mana perusahaan mulai menggunakan lembaga khusus untuk mengelola kebutuhan pasar, yakni pemasaran jasa. Lovelock (2020) mendefinisikan

pemasaran jasa sebagai proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan jasa yang memberikan nilai kepada pelanggan. Ia juga menekankan bahwa pemasaran jasa membutuhkan pendekatan berbeda karena sifatnya yang tidak berwujud, tidak dapat disimpan, dan tidak terpisahkan dari konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:422) dalam (Warni et al., 2024), jasa adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang bersifat non-fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Salah satu perkembangan pemasaran jasa yang diminati adalah pemasaran jasa asuransi. Asuransi merupakan mekanisme perlindungan keuangan yang melibatkan perjanjian antara pihak yang diasuransikan (tertanggung) dan perusahaan asuransi (penanggung). Dalam perjanjian ini, pihak tertanggung membayar sejumlah uang periodik, yang disebut premi, kepada perusahaan asuransi sebagai imbalan atas jaminan proteksi atau kompensasi finansial jika terjadi peristiwa yang dijamin oleh polis asuransi (Karve, dalam Aziz ,K. 2024). Tujuan asuransi adalah untuk melindungi pemegang polis dari risiko-risiko tertentu, seperti kecelakaan, sakit, kerugian properti, atau kejadian yang tidak terduga lainnya. Jika terjadi klaim sesuai dengan kondisi yang diatur dalam polis, perusahaan asuransi akan membayar kompensasi kepada pemegang polis sesuai dengan nilai yang diasuransikan.

Premi asuransi adalah biaya yang harus dibayarkan secara berkala (bulanan, tahunan, atau sesuai kesepakatan) oleh pemegang polis kepada perusahaan asuransi. Ada juga premi yang dibayarkan hanya sekali di awal ketika tertanggung bergabung dengan perusahaan asuransi. Premi ini dikenal sebagai Net Single Premi

(NSP). Pembayaran ini bertujuan untuk mendapatkan perlindungan terhadap risiko yang mungkin terjadi di masa depan, seperti kecelakaan, penyakit, atau kerugian properti. Prinsip perhitungan premi yang paling mudah digunakan oleh perusahaan asuransi adalah menghitung nilai ekspektasi dari risiko atau kerugian yang hampir pasti akan dipertimbangkan oleh perusahaan asuransi. Untuk memahami aspek ini, perlu dipahami distribusi data risiko atau kerugian yang dipantau oleh perusahaan asuransi yang bersangkutan. Data ini umumnya berupa data klaim asuransi yang dikirimkan oleh pemegang polis kepada perusahaan asuransi secara berkala, atau dapat berupa data klaim yang telah dibayarkan oleh perusahaan asuransi kepada pemegang polis yang mengajukan klaim. Namun, seringkali tidak terdapat kesepakatan (konsensus) antara perusahaan asuransi dan pemegang polis terkait distribusi data yang berhubungan dengan klaim asuransi. Akibatnya, perusahaan asuransi merancang strategi untuk meminimalkan risiko yang terkait dengan hal tersebut, termasuk mengurangi jumlah klaim yang dibayarkan setiap kali pemegang polis mengajukan klaim. Selain itu, premi yang ditetapkan dirancang sedemikian rupa agar tidak merugikan pemegang polis. Asuransi telah menjadi salah satu instrumen penting dalam manajemen risiko di berbagai sektor kehidupan. Dalam konteks ekonomi yang semakin kompleks, individu dan perusahaan membutuhkan

perlindungan terhadap berbagai risiko yang dapat merugikan secara finansial. Di Indonesia, khususnya di kota Palembang, kesadaran akan pentingnya asuransi semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat (Suharno, 2021), Kota Palembang, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang unik. Masyarakat Palembang semakin kritis dalam memilih produk asuransi, mengingat banyaknya pilihan yang tersedia di pasar (Rahmawati, 2023). Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih asuransi khususnya di asuransi Multi Artha Guna Palembang.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2021) mendefinisikan keputusan pengguna sebagai proses pengambilan keputusan yang melibatkan evaluasi terhadap berbagai alternatif sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk. Mereka menekankan bahwa keputusan ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya dan tingkat keterlibatan konsumen dengan produk.

Asuransi Multi Artha Guna Palembang didirikan pada tahun 1980, kantor pusat perusahaan beralamat di Jl. K.H. MAS Mansyur Kav. 126 Karet Tengsin, Tanah Abang Jakarta Pusat 1022 Asuransi Multi Artha Guna memiliki 20 kantor cabang dan 16 kantor perwakilan yang tersebar di seluruh Indonesia salah satu yang ada Jl. Rajawali B 11 – B 12, 9 Ilir, Kec. Ilir Timur. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Asuransi Multi

Artha Guna Palembang memiliki beberapa jenis produk asuransi diantaranya : kendaraan, gempa bumi, property, rekayasa, kebakaran, kesehatan dan lainnya. Dengan beragam nya jenis asuransi di Multi Artha Guna Palembang memungkinkan konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, namun. Terdapat berbagai banyak jenis- jenis asuransi sehingga masyarakat bingung dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jenis produk asuransi tersebut di karenakan pemahaman masyarakat tentang berbagai jenis produk asuransi masih terbatas khusus nya masyarakat di kelas bawah.

Menurut Dumas et al. (2022) Mendefinisikan proses sebagai aktivitas yang sistematis dan berkelanjutan yang berfokus pada penyelesaian pekerjaan yang efisien, mulai dari pengumpulan sumber daya hingga penyampaian produk akhir. Mereka berfokus pada proses bisnis digital yang berperan penting dalam era transformasi digital. Sedangkan menurut Brocke & Rosemann (2021) menyebutkan bahwa proses adalah kumpulan kegiatan yang saling terkait yang dirancang untuk mencapai hasil tertentu dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada. Pendekatan mereka lebih mengarah pada manajemen proses berbasis teknologi dan inovasi. Proses menurut Kerzner (2022) adalah struktur kerja yang sistematis yang mencakup langkah-langkah yang harus diikuti untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam proyek atau manajemen operasional. Kerzner menghubungkan konsep ini dengan manajemen proyek, di mana setiap

proses harus direncanakan, diimplementasikan, dan dievaluasi secara terus-menerus.

Proses adalah serangkaian langkah atau tahapan yang berurutan, yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan atau hasil tertentu. Di dalam asuransi terdapat beberapa proses seperti yang namanya proses pengajuan klaim, proses pembayaran premi dan lain-lain. Masyarakat kelas bawah sering menghadapi berbagai kendala dalam proses klaim asuransi di karenakan kurangnya pemahaman tentang polis, banyak anggota masyarakat kelas bawah yang belum sepenuhnya memahami prinsip dan batasan polis asuransi. Hal ini dapat menyebabkan kebingungan saat mengajukan klaim. Akses untuk informasi yang terbatas, kurangnya akses informasi yang jelas dan transparansi pada proses klaim dapat menyebabkan masyarakat menjadi gelisah dan bingung mengenai langkah- langkah yang harus di ambil. Di era sekarang banyak perusahaan asuransi kini menggunakan platform digital untuk proses klaim. Namun, masyarakat kelas bawah masih memiliki keterbatasan dalam menggunakan teknologi atau internet, yang menyulitkan mereka untuk mengajukan klaim secara online.

Menurut Kotler dan Keller (2020) menyatakan bahwa citra perusahaan adalah kesan yang dimiliki konsumen tentang perusahaan, yang dibentuk oleh berbagai faktor termasuk produk, layanan, dan komunikasi pemasaran. Aaker (2019) mendefinisikan citra perusahaan sebagai seperangkat asosiasi yang dimiliki oleh konsumen terhadap merek atau perusahaan. Citra ini dibentuk melalui pengalaman, komunikasi, dan interaksi dengan perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi atau gambaran yang dimiliki oleh publik, pelanggan, dan pemangku



kepentingan lain dari suatu perusahaan. Citra ini mencakup berbagai elemen, termasuk reputasi, nilai-nilai, kualitas produk/layanan, dan interaksi dengan konsumen. Di dalam industri asuransi citra perusahaan sangat penting karena dapat mempengaruhi kepercayaan dan keputusan konsumen untuk membeli produk asuransi.

Citra perusahaan asuransi sangat bergantung pada reputasi yang dibangun dari pengalaman pelanggan. Perusahaan yang memiliki catatan klaim yang baik dan respons cepat terhadap masalah cenderung memiliki citra yang lebih positif serta Kualitas layanan pelanggan berperan besar dalam citra perusahaan. Respons yang cepat dan ramah terhadap pertanyaan atau keluhan dapat meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen. Adanya reputasi buruk seperti kasus penolakan klaim atau proses klaim yang lambat dapat menyebabkan citra negatif di kalangan konsumen. Pengalaman buruk ini bisa cepat menyebar melalui mulut ke mulut atau media sosial.

Dari penjelasan tersebut terdapat beberapa permasalahan pada jenis asuransi seperti banyaknya pilihan mengenai produk asuransi sehingga masyarakat khususnya kelas bawah masih banyak belum memahami tentang jenis-jenis dan manfaat pada asuransi tersebut sehingga mereka bingung dalam memilih asuransi apa yang ia inginkan sehingga peneliti

hanya memfokuskan pada jenis asuransi kendaraan agar masyarakat akan menyadari pentingnya untuk mendapatkan asuransi kendaraan dan proses pada asuransi seperti proses klaim atau pembayaran premi masih sulit bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan dalam teknologi ataupun internet serta citra perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa asuransi masih memiliki keterbatasan dikarenakan adanya reputasi yang buruk dari mulut ke mulut. Dari uraian tersebut peneliti akan melakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH JENIS ASURANSI KENDARAAN, PROSES DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA ASURANSI MULTI ARTHA GUNA PALEMBANG”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan pokok- pokok permasalahan yang akan menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah jenis asuransi kendaraan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan dalam menggunakan jasa asuransi MAG Palembang?
2. Apakah proses berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan jasa asuransi MAG Palembang?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan jasa asuransi Multi Artha Guna Palembang?
4. Apakah jenis asuransi kendaraan, proses, dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan jasa asuransi Multi Artha Guna Palembang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh jenis asuransi kendaraan secara parsial terhadap keputusan dalam menggunakan jasa asuransi MAG Palembang

2. Untuk mengetahui pengaruh proses secara parsial terhadap keputusan dalam menggunakan jasa asuransi MAG Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan secara parsial terhadap keputusan menggunakan jasa asuransi Multi Artha Guna Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh jenis asuransi kendaraan, proses dan citra perusahaan secara simultan terhadap keputusan menggunakan jasa asuransi Multi Artha Guna Palembang

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi maupun pembandingan untuk membantu mahasiswa melakukan penelitian yang sama di masa mendatang.

2. Bagi perusahaan Asuransi MAG Palembang

Penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam memahami faktor- faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih layanan mereka. Perusahaan bisa menggunakan informasi ini untuk meningkatkan kualitas produk asuransi, proses layanan, serta citra perusahaan guna menarik lebih banyak pelanggan.

3. Bagi penulis

Untuk dapat memperlengkap dan memperluas wawasan dan pengetahuan sehubungan mengenai pengaruh jenis asuransi, proses dan citra perusahaan terhadap keputusan menggunakan jasa di salah satu jasa asuransi, yaitu Asuransi Multi Artha Guna Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2019). *Brand Equity and Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*. Routledge.
- Ajib, M. (2019a). *Asuransi: Definisi, Sejarah, dan Konsepnya*. Jakarta: Penerbit Ekonomi.
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik*. Bandung: Satu Nusa.
- Anggraini, A., & Raharjo, K. (2019). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Jenis Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(2), 87-95.
- Angraini, W., Rahmani, N. A. B., & Syarvina, W. (2023). Tinjauan Indikator-indikator Pemenuhan Klaim dalam Proses Klaim Asuransi Jiwa pada PT. Prudential Life Assurance Syariah Cabang Binjai Kota. *Mutiara: Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 1(6), 54–71.
- Arikunto, S. (2022). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik (Edisi revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Assauri, S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aziz, K. (2024). PENGARUH PENDAPATAN, HARGA (PREMI), DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA ASURANSI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 319-330.
- Barney, J. (2021). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99 -120.
- Brocke, J. von, & Rosemann, M. (2021). *Handbook on Business Process Management 1*. Springer.
- Daryanto, A. (2021). *Pemasaran: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., & Reijers, H. A. (2018). *Fundamentals of Business Process Management*. Springer.
- Easy Sunday. (2023). *Asuransi Jiwa: Definisi, Jenis, Manfaat, Syarat dan Tips Memilih*.
- Erlina, E. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Aplikasi Mybca (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mybca di Bca Bekasi). *Skripsi*, (Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Ja.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gonzalez, J. A., & Palacios, M. (2022). Understanding the role of human factors in business process management. *Business Process Management Journal*, 28(3), 731-749.
- Guna, D. (2020). *Manajemen Risiko dan Asuransi*. Bandung: Alfabeta.
- Guntara, D. (2016). ASURANSI DAN KETENTUAN-KETENTUAN HUKUM YANG MENGATURNYA. *Justisi Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1). <https://doi.org/10.36805/jjih.v1i1.79>
- Hammer, M., & Stanton, S. (2021). *How process enterprises really work*. Harvard Business Review Press.
- Harris, L., & de Chernatony, L. (2021). *Building Brand Equity: Managing Brands for Success*. Wiley.
- Junaedy. (2020). *Manajemen Risiko dan Asuransi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Sejahtera.
- Keller, K. L. (2022). *Strategic Brand Management (5th ed.)*. Pearson Education
- Kerzner, H. (2022). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling (13th ed.)*. Wiley.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lilavati, D. (2019). Prosedur klaim asuransi produk Prulink Investor Account (“PIA”) pada PT. Prudential Life Assurance Surabaya. *Eprints.Perbanas.Ac.Id*, 55, 3562–3574
- Lovelock, C. (2020). *Pemasaran Jasa: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Edisi terbaru.
- Mintzberg, H. (2021). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. Free Press.
- Muniarty, P., Hasan, S., Patimah, S., Hadmandho, T. C., Butarbutar, D. J. A., Pratisti, C., ... & Sihombing, C. M. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT. Global Eksekutif Teknologi. Sumatera Barat.
- Murniati, D. (2020). *Dasar-Dasar Asuransi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). *Panduan Memilih Asuransi Sesuai Kebutuhan*. Jakarta: OJK.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2023). *How Smart, Connected Products Are Transforming Competition*. Harvard Business Review.
- Rahmawati, R. (2023). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi di Palembang*. *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 145- 159.
- Rejeki, F., Herawati, A., & Listyawati, L. (2024). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Xpresi di Bank Central Asia (BCA) Kantor Cabang Utama Darmo Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 79–96.
- Robinson, S. P., & Judge, T. A. (2021). *Organizational Behavior* (18th ed.). Pearson.
- Saputra, b. (2021). Pengaruh Tingkat Kepercayaan Nasabah, Jenis Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Kota Palembang.
- Schein, E. H. (2017). *Organizational Culture and Leadership* (5th ed.). Jossey- Bass.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2021). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Schilling, M. A. (2021). *Strategic Management of Technological Innovation* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Simanjutak, A. R. (2022). Pengaruh Jasa Layanan, Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Freight Forwarding (Studi Kasus Pengguna Jasa di PT. Sarijasa Transutama). *Skripsi*, (Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Siregar, B. J., Saragih, A., Maryani, H., & Halim, A. (2023). Aspek Hukum Terkait Dengan Perjanjian Asuransi Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana*, 5(3), 299. <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v5i3.3641>
- Solomon, M. R. (2023). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
- Stoner, J.A.F., & Freeman, R.E. (2020). *Management*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2019). *Asuransi Jiwa dan Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suharno, S. (2021). *Perkembangan Ekonomi di Kota Palembang*. *Jurnal Ekonomi Regional*, 15(1), 20–35.
- Susanti, E., & Purba, J. T. (2020). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Jiwa." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 45-60.

