

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kendaraan merupakan alat yang digunakan masyarakat untuk berpergian jarak jauh maupun dekat. Dengan adanya kendaraan dapat memberikan keefektifitasan dalam pengolahan waktu. Dalam berkendara tentu akan terjadinya risiko-risiko yang akan terjadi seperti kerugian, kerusakan bahkan kehilangan. Untuk memperkecil terjadinya risiko tersebut sebaiknya pemilik kendaraan dapat mengantisipasi sebelum terjadinya risiko dengan mengasuransikan kendaraan dengan menggunakan jasa asuransi. Jasa asuransi adalah suatu jasa yang berfungsi memberikan perlindungan dan pertanggungjawaban kepada pihak tertanggung apabila terjadinya resiko buruk dimasa mendatang (Hasrina, 2018).

Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan bukan bank yang bergerak dibidang layanan yang diberikan kepada masyarakat yang bertujuan untuk memiliki peran melindungi nasabah ketika terjadi suatu risiko yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Perusahaan asuransi melakukan pengelolaan dana melalui premi yang dibayarkan oleh nasabah dalam jangka waktu yang ditentukan dengan perjanjian kedua belah pihak yang dapat tercantum dalam polis asuransi. Adapun berbagai jenis asuransi yang ada di Indonesia salah satunya yaitu asuransi kendaraan.

Asuransi kendaraan merupakan salah satu jenis dari asuransi non-jiwa. Asuransi kendaraan adalah produk asuransi kerugian yang melindungi tertanggung dari risiko kerugian yang mungkin timbul sehubungan dengan kepemilikan dan pemakaian kendaraan bermotor (Indrawati, 2014), Sedangkan menurut (Makmur, 2016) asuransi kendaraan adalah asuransi yang menjamin kerugian pemilik kendaraan akibat terjadinya kecelakaan dana atau hilangan kendaraan tersebut.

Perkembangan asuransi di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat pada tahun 1980 an dan dipertegas setelah

pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 tentang perasuransian (www.ojk.co.id). Adapun produsen asuransi yang memiliki cabang di Palembang berjumlah 550 nasabah di tahun 2022. Salah satunya pada asuransi PT Asuransi Etiqa Internasional Indonesia Cabang Palembang, yang memiliki produk populer yang banyak diminati masyarakat yaitu produk asuransi kendaraan. Untuk melihat gambaran serta pencapaian dan keberhasilan yang diperoleh PT Asuransi Etiqa Internasional Indonesia Cabang Palembang dalam meraih pasar asuransi di Palembang, dapat dilihat dari data penjualan produk asuransi seperti yang terdapat pada Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Data Penjualan Asuransi 2017-2021
PT Asuransi Etiqa Internasional Indonesia Cabang Palembang

NO	PRODUK	PENJUALAN				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Asuransi Properti	988	881	709	709	671
2	Asuransi Kendaraan	3172	2421	1095	1062	950
3	Asuransi Kecelakaan Diri	360	979	556	633	211
4	Asuransi Pengangkutan	151	63	1473	291	54
5	Asuransi Reayasa	244	385	12	2	4
TOTAL		4.160	3.791	2.426	1945	1.849

Sumber: PT Asuransi Etiqa Cabang Palembang,2022

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dilihat penjualan produk asuransi kendaraan paling diminati masyarakat dan memuncak penjualan produk asuransi kendaraan di tahun 2017 dengan total nasabah 3172, diikuti tahun 2018 dengan 2421, tahun 2019 total nasabah 1095 dan ditahun 2020-

2021 dengan total nasabah 1062 ditahun 2020, terakhir ditahun 2021 nasabah 950 nasabah.

Setiap nasabah pada industri asuransi memiliki kriteria berbeda dapat disesuaikan dengan kemampuan finansial untuk dapat memilih perusahaan asuransi. Beberapa nasabah asuransi menginginkan suatu perusahaan asuransi dapat memberikan keuntungan lebih dari selain proteksi diri melainkan seperti bunga investasi yang tinggi, adapun nasabah asuransi yang menginginkan kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan yang lebih cepat, efisien, perilaku yang baik dari karyawan dan harga premi pertahun yang terjangkau di masyarakat. Harga merupakan faktor penting sebelum melakukan keputusan pembelian, harga merupakan bagian dari bauran pemasaran yang dikenal dengan sebutan 7P yang terdiri produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), proses (*prosess*), orang (*People*), dan bukti Fisik (*Physical Evidence*). Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama (Anwar, 2015).

Nilai penting dari suatu merek mengacu pada skema memori akan sebuah merek, yang berisikan interpretasi konsumen terhadap atribut, kelebihan, penggunaan, situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar atau karakteristik pembuat dari merek tersebut. Dimana hal tersebut dapat menjadi tolak ukur nasabah saat mengenal serta dapat memahami produk dari sebuah merek tersebut sebelum melakukan proses pembelian. Citra merek bagi perusahaan di sektor jasa sangat diperlukan dan berdampak positif dapat membantu perusahaan agar dapat mencapai target yang tinggi dalam penjualan jasa.

Untuk mempertahankan serta meningkatkan nasabah asuransi, Perusahaan PT Asuransi Etiqa juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat diberikan kepada nasabah ataupun calon nasabah. Kualitas pelayanan merupakan hal terpenting untuk dipertimbangkan sebelum

melakukan keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik (Permatasari, 2017).

Hasil penelitian terdahulu (Hidayatillah, Suryoko, Prabawani, 2015) objek penelitian Studi Kasus Asuransi Jiwa Bumiputera 1912 Kantor Cabang Askum mengatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang cukup kuat dalam keputusan pembelian. Namun, penelitian yang dilakukan (Sipakoli, 2019) dengan objek penelitian PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Lide Cabang Ambon. Hasil penelitian menyatakan bahwa harga negatif dalam keputusan pembelian.

Hasil penelitian terdahulu (Rachmawati, 2019) dengan objek penelitian PT Prudential Life Assurance menyatakan pengaruh citra merek yang dominan terhadap keputusan pembelian. Namun, hasil tidak sejalan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sari, Mandey, Soegoto, 2014) dengan hasil penelitian yang menunjukkan jika citra merek mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Salim, Sijabat, 2021) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Maryani, 2016) dengan objek penelitian dari PT Asuransi Sinarmas Cabang Palu mengatakan pelayanan belum terlaksana secara maksimal dalam hal klaim kerugian kendaraan dibuktikan dengan 5 indikator yang dijadikan tolak ukur dalam penelitian, hanya tiga indikator penelitian yang sudah menunjang kualitas pelayanan dengan maksimal yaitu indikator daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), dan empati (*empathy*)

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk membahas tentang **“Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas**

Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Produk Asuransi Kendaraan Pada PT Asuransi Etiqa Internasional Indonesia Cabang Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga, citra merek, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk asuransi kendaraan Pada PT Asuransi Etiqa Internasional Cabang Palembang?
2. Bagaimana pengaruh harga, citra merek, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk asuransi kendaraan Pada PT Asuransi Etiqa Internasional Cabang Palembang?
3. Jika terdapat pengaruh variabel manakah yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian produk asuransi kendaraan Pada PT Asuransi Etiqa Internnasional Indonesia Cabang Palembang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui masalah yang mempengaruhi keputusan polis asuransi:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk asuransi kendaraan Pada PT Asuransi Etiqa Internasional Cabang Palembang
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk asuransi kendaraan Pada PT Asuransi Etiqa Internasional Cabang Palembang
- c. Untuk mengetahui (jika terdapat pengaruh) variabel mana yang paling dominan terhadap keputusan pembelian produk asuransi

kendaraan Pada PT Asuransi Etiqa Internasional Cabang Palembang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penulisan yang akan dilaksanakan dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pihak yang berkepentingan. Manfaat yang diharapkan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi kalangan akademisi dan praktisi untuk menambah wawasan tentang pengaruh harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah asuransi.

2. Secara Praktis

Penulisan kali ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam hal mengenal secara lebih jauh lagi bagaimana pengaruh atribut produk dari sisi harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, agar lembaga asuransi dapat mengembangkan *market share* nya di segala lapisan masyarakat dan mempertahankan nasabahnya, dan juga mengkaji bagaimana respon masyarakat terhadap atribut produk yang dikembangkan dari produk asuransi dan sejauh mana pemahaman masyarakat tersebut dapat menjadi pertimbangan nanti untuk strategi pemasaran.