INTISARI

Tujuan dalam penelitian ini mengetahui pengaruh layanan, pengaruh harga, promosi dan kemampuan karyawan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa asuransi. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang menjadi nasabah asuransi pada perusahaan asuransi AIA Financial Surabaya.

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer (dari kuesioner). Teknik pengambilan sampel yang digunakan *sampling aksidental* sehingga sampel yang diambil 100 orang. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda .

Hasil pengujian pengaruh layanan, harga, promosi dan kemampuan karyawan secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa asuransi AIA Financial Surabaya adalah signifikan. Dengan demikian model yang digunakan layak digunakan dalam penelitian. Hasil ini didukung dengan perolehan tingkat koefisien korelasi yang menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel tersebut terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa asuransi AIA Financial Surabaya memiliki hubungan yang erat. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel yang digunakan dalam model penelitian yaitu layanan, harga, promosi dan kemampuan karyawan masing-masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa asuransi AIA Financial Surabaya. Kondisi ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi masing-masing variabel tersebut dibawah $\alpha = 5\%$.

Kata Kunci : layanan, harga, promosi, kemampuan karyawan, keputusan konsumen

ABSTRACT

This research is meant to find out the influence of service, price, promotion, and workforce capability to the consumer decision in using the insurance service. The population is the insurance customers of the AIA Financial company Surabaya.

The data is the primary data (it has been obtained from issuing questionnaires). The sample collection technique has been done by using accidental sampling so that 100 people have been selected as samples. The analysis technique of this research has been done by using multiple linear regressions.

The test results influence the service , price, promotion and workforce capabilities together with the consumer decision who use insurance services in AIA Financial Surabaya is significant. Therefore, the model that used in this research is feasible. These results also supported by the acquisition of the level on the correlation coefficient that indicates the correlation or relationship between these variables against the decision of consumers who use insurance services AIA Financial Surabaya has a close relationship. The partial test results showed that the variables used in the research model such as the service , price, promotion and the workforce to have a significant and positive influence on the decisions of consumers who use insurance services in AIA Financial Surabaya. This condition is indicated by the level of significance of each of these variables under $\alpha = 5\ \%$.

Keywords: *service, price, promotion, workforce capability, consumer decision*