

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pelayanan, kualitas produk dan citra merek secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin di masa covid-19 kota Palembang.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin kota Palembang. Penentuan sampel menggunakan metode slovin dan diperoleh 100 nasabah yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan alat analisis IBM SPSS *statistics* 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan strategi pelayanan, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Variabel startegi pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin. Dan variabel citra merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin di masa covid-19 kota Palembang.

**Kata kunci :** *strategi pelayanan, kualitas produk, citra merek, kepuasan nasabah.*

## **ABSTRACT**

*This study entitled the influence of service strategy, product quality and brand image on customer satisfaction of PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin during the Covid-19 period in Palembang. This study aims to determine the effect of service strategy, product quality and brand image partially and simultaneously on customer satisfaction at PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin in Palembang.*

*This study uses example data with a quantitative approach. The population in this study were customers of PT Al Amin sharia life insurance in Palembang. Determination of the sample using the slovin method and obtained 100 customers who were sampled in this study. The analytical methods used in this study are validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, and hypothesis testing using IBM SPSS statistics 25 analysis tools.*

*The results of this study indicate that simultaneously service strategy, product quality, and brand image have a positive effect on customer satisfaction. Service strategy variables and product quality have a positive and significant impact on customer satisfaction at PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin. And the brand image variable has a positive but not significant effect on customer satisfaction of PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin during the Covid-19 period in Palembang city.*

***Keywords: service strategy, product quality, brand image, customer satisfaction.***