

ABSTRAK

Allinaida Pratiwi (1920603074)

Citra perusahaan, harga premi, dan produk merupakan faktor penting dan menjadi tujuan setiap perusahaan tak terkecuali pada sektor peransuransian. Selain menjadi faktor penting sebagai garda terdepan bagi kelangsungan terjalannya perusahaan, adanya faktor tersebut dapat menunjang peningkatan minat masyarakat dalam beransuransi terkhusus pada asuransi jiwa syariah di kota Palembang.

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, harga premi dan produk terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di kota Palembang dimana berfokus pada nasabah asuransi jiwa syariah di kota Palembang yang telah maupun yang pernah menjadi nasabah asuransi jiwa syariah di kota Palembang sebagai populasinya. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah melalui kuesioner menggunakan skala likert. Melalui karakteristik pengguna asuransi syariah dengan masa kurang dari 1 tahun sampai lebih dari 5 tahun dan nasabah yang sudah tidak menjadi nasabah. Sampelnya berjumlah 120 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Path Coefficient menunjukkan bahwa Citra Perusahaan dan Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan pada minat masyarakat. Sedangkan Harga premi memberikan hasil tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah di kota Palembang.

Kata kunci : Citra Perusahaan, Harga Premi, Produk, Minat

ABSTRACT

Allinaida Pratiwi (1920603074)

Company image, premium prices, and products are important factors and become the goal of every company, including the insurance sector. In addition to being an important factor as the front line for the continuity of the company, the existence of this factor can support the increase in public interest in insurance, especially in sharia life insurance in the city of Palembang.

The research conducted aims to determine the influence of company image, premium prices and products on public interest in choosing sharia life insurance in the city of Palembang which focuses on sharia life insurance customers in the city of Palembang who have been or who have been customers of sharia life insurance in the city of Palembang as its population. The method used in data collection is through questionnaires using Likert scale. Through the characteristics of sharia insurance users with a period of less than 1 year to more than 5 years and customers who are no longer customers. The sample amounted to 120 respondents using purposive sampling techniques.

Path Coeficient shows that Company Image and Products have a positive and significant influence on people's interests. While the premium price gives results that do not have a positive and significant effect on public interest in choosing sharia insurance in the city of Palembang.

Keywords : *Company Image, Premium Price, Product, Interest.*