

ABSTRAKSI

Herny. Analisis Mengenai Minat Dosen Terhadap Pembelian Polis Asuransi Jiwa (Kasus Perilaku Konsumen). (Di bawah bimbingan Bapak Drs. Bastoni Achmadiyah MS. dan Ibu Anastasia Sri Mendari, SE, MM).

Pemasaran merupakan salah satu unsur terpenting bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas dan usaha-usaha pokoknya untuk mencapai laba. Akan tetapi usaha pemasaran pada perusahaan dagang dan perusahaan jasa tidaklah sama. Pemasaran pada perusahaan dagang lebih mudah, sedangkan untuk perusahaan jasa akan lebih sulit.

Banyak faktor yang turut mempengaruhi keputusan pembelian sebelum seseorang membeli suatu barang / jasa, antara lain kebudayaan, sosial, kepribadian dan psikologis. Contoh perusahaan jasa yang usaha penjualannya termasuk sulit adalah perusahaan asuransi jiwa. Untuk menawarkan polis asuransi jiwa kepada seseorang prosesnya akan lebih lama, sebab kebanyakan masyarakat tidak akan langsung membeli begitu ditawarkan walaupun mereka tidak ada kesulitan dalam hal finansial. Contoh konkritnya adalah para dosen.

PT. Asuransi jiwa Manulife Indonesia Cabang Palembang di dalam penjualan polisnya mayoritas pembeli adalah bukan dari kalangan dosen. Padahal kapasitas yang dimiliki dosen mencukupi dalam pembelian polis. Sehingga dalam penyusunan skripsi ini disebarkan kuesioner mengenai bagaimana minat dosen (khususnya dosen yang mengajar di Sekolah Tinggi MUSI) terhadap asuransi jiwa, apakah dapat menjadi salah satu pasar bagi PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Palembang.

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Palembang khususnya di dalam meningkatkan penjualannya.