

**Keputusan Calon Nasabah Memilih Produk Asuransi Prucinta di PT Prudential Life Assurance Binjai**

**Sonia Ritonga<sup>1</sup>, Yusrizal,<sup>2</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara/Prodi Asuransi Syariah  
[soniaritonga024@gmail.com](mailto:soniaritonga024@gmail.com)<sup>1</sup>, [yusrizal@uinsu.ac.id](mailto:yusrizal@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*The decision of a prospective customer to choose a product is a decision-making process that begins with the introduction of needs from various options then evaluates them and decides on a choice of a product from many choices. So the decision of a prospective customer in choosing a product is a process that is carried out by a prospective customer when choosing the product, then the prospective customer chooses one of the products from the existing product choices. so that there are no good obstacles that the decisions taken can have effects and cause problems in other fields so that when making decisions, one must be careful in life assurance at the Binjai branch, including products, prices, locations and places where people promote Prucinta products to achieve sales targets for agents or marketers will carry out the prospect of a product presentation fact-finding approach and closing or closing*

**Keywords :** *prospective customer decisions, the importance of decisions, prucinta products*

**ABSTRAK**

Keputusan calon nasabah memilih produk merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan kebutuhan dari berbagai pilihan kemudian mengevaluasinya dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Jadi keputusan calon nasabah dalam memilih produk adalah suatu proses yang dilakukan calon nasabah pada saat memilih produk tersebut, kemudian calon nasabah memilih salah satu produk dari pilihan produk yang ada. Pentingnya keputusan calon nasabah dalam memilih produk sangat penting sebelum calon nasabah memilih produk pada perusahaan, keputusan bermaksud agar tidak ada hambatan. baik yang keputusan yang di ambil dapat saja menimbulkan efek dan memunculkan masalah pada bidang yang lain, sehingga pada saat mengambil keputusan harus cermat dalam Life Assurance Cabang Binjai meliputi Produk, Harga, lokasi atau tempat, promosi, orang, produk prucinta untuk pencapaian target penjualan, agen atau tenaga pemasar akan melakukan prospek, pendekatan, pencarian fakta, presentasi produk dan penutupan (closing).

**Kata Kunci :** **Keputusan Calon Nasabah, Pentingnya keputusan, Produk Prucinta.**

**PENDAHULUAN**

Asuransi syariah ialah upaya sama-sama melindungi maupun sama-sama membantu akan beberapa orang terhadap substansi maupun tabarru' yang mewariskan motif perbaikan dalam menjalani efek tentu melalui akad yang benar terhadap ketentuan syariah. Prinsip utama asuransi syariah ialah upaya saling membantu (ta'awuni) juga saling menyelenggarakan risiko (takafuli) antara anggota yang satu dengan peserta lainnya.

Asuransi Syariah PRUCinta (PRUCinta) ialah produk asuransi jiwa syariah dari PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) yang mempersiapkan tameng yang global dengan kurun waktu 20 tahun waktu masa keanggotaan risiko meninggal dunia juga meninggal dunia yang disebabkan kecelakaan.

Pada dasarnya perusahaan asuransi dalam aktivitasnya, secara terbuka melaksanakan penawaran maupun menawarkan sesuatu tameng maupun pertahanan juga impian pada waktu mendatang kepada personal maupun sekumpulan dalam lingkungan maupun budaya lain, ataupun peluang menderita kerugian lebih lanjut sebab ada kejadian yang tidak terduga maupun belum tentu. Selain itu, perusahaan asuransi juga memberikan garansi akan terpenuhinya penghasilan seseorang, sebab tepat dimana yang bersangkutan beraktivitas tetap terlindungi kelangsungan kehidupannya. Dengan begitu, bisa dikatakan kehadiran perusahaan asuransi dalam lingkungan tersebut lebih bermanfaat semua pihak dibandingkan dengan ketidakhadirannya.

Tingkat kepekaan masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat minim apabila dibandingkan terhadap kesadaran berasuransi di luar negeri. Penilaian ini diutamakan apabila diperhatikan dari perspektif tawaran industri dalam pasar nasional nasabah secara personal. Keadaan ini berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan asuransi di Indonesia, terutama asuransi syariah belum begitu relevan. Sementara energi pasar perusahaan asuransi syariah untuk maju di Indonesia sangat besar, mengingat kebanyakan delapan puluh persen penduduk Indonesia beragama Islam. Hal yang harus diketahui yakni variabel keyakinan akan asuransi, variabel syariah, faktor hemat juga variabel produk. Dalam penerapan asuransi Prudential terus melakukan survei supaya mengerti keperluan nasabah, Prudential akan tetap menciptakan inovasi baru juga menawarkan produk-produk yang benar akan keinginan nasabah. Prudential menawarkan produk-produk asuransi jiwa (proteksi) juga investasi yang lengkap fungsi memenuhi kebutuhan para nasabah, Prudential juga akan terus mengembangkan produk-produk yang sesuai akan perubahan cara hidup dan tujuan finansial para nasabah

Manusia dalam menghadapi bermacam masalah hidup yang didalamnya terdapat berbagai kemungkinan efek baik yang bersifat material ataupun yang bersifat kejiwaan. Diantara berbagai kemungkinan efek itu, efek yang berbentuk material bisa lebih diperhatikan oleh manusia modern masa ini. Tidak sedikit efek yang berbentuk material bertantangan oleh manusia, yang utama disaat kuantitas efek yang harus ditanggung diluar kemampuannya. Itulah yang menjadikan manusia wajib berasuransi ialah sebagai keperluan perencanaan maupun mengantisipasi akan risiko yang sewaktu-waktu bisa menimpa mereka.

Tindakan konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui, mempelajari kondisi pasar akan produk ataupun layanan yang mereka jual. Tindakan konsumen berhubungan dalam keputusan pembelian waktu memilih produk juga layanan yang sesuai keinginan ataupun kebutuhan yang diperlukan. Sebagai konsumen pasti memiliki alasan tersendiri sewaktu membeli memiliki standar, baik dari segi harga yang menjadi pedoman sebab besar kecilnya harga sangat mempengaruhi kemampuan bersaing suatu perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli produknya, Kepercayaan terhadap merek, kualitas produk, Layanan yang bagus diberikan. Maka setiap masyarakat itu dapat dikatakan perilaku manusia dengan segala keunikan dan perbedaan.

Dalam konsep asuransi Prudential sama dengan menabung. Dengan nasabah membayar premi, sebagian dana nasabah akan disisihkan oleh Prudential sebagai pembelian produk pucinta. Sehingga begitu jatuh tempo, uang maupun premi yang dibayarkan akan kembali, tetapi nasabah masih memperoleh manfaat pertanggungan sampai usia 99 tahun. Dan juga apabila sebelum jatuh tempo terjadi resiko dengan nasabah, maka nasabah atau keluarga nasabah (ahli waris) bisa memperoleh proteksi pertanggungan yang diberikan Prudential. Bahkan Prudential yang akan terus membayarii dalam membayarkan premi (nasabah bebas bayar premi). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berasuransi syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut.

Dalam meningkatkan target penjualan suatu produk di butuhkan adanya strategi pemasaran. Suatu produk tidak akan dibeli bahkan tidak dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaan dan keunggulan dimana produk dapat diperoleh dan harga produk tersebut. Untuk itulah konsumen pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus mencapai lebih efektif di

bandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran terpilih.

Dimana agen sangat berperan terhadap penawaran produk baru pada perusahaan asuransi syariah saat ini yang memberikan pelayanan dalam menawarkan jasa perlindungan terhadap kebutuhan financial baik individu maupun kelompok, baik kebutuhan kesehatan maupun yang berkaitan dengan harta benda. Agar pasar asuransi bisa di garap maksimal, para agen harus ditingkatkan kompetensinya melalui program sertifikasi keagenan sehingga dapat menjelaskan produk asuransi secara benar dan profesional. Istilah pemasar, agen ataupun *filed underwriting* antara asuransi syariah dan asuransi konvensional tidak jauh berbeda, yaitu sama-sama menawarkan program asuransi kepada masyarakat.

Pada perusahaan asuransi syariah, paraa agen tidak semata haanya menawarrkan program asuransi kepadaa masyarakat, tetapi juga membawa misi syariah sebagai implementasi ajaran jihad yang digunakan Islam, yaitu jihaad dalaam bidaang ekonomi (*al-jihadu fil iqtishodi*). Di kuartal ke III 2014, kantor pemasaran mandiri Prudential telah bertambah menjadi total 379 kantor. Jumlah tenaga pemasaran bertambah menjadi itu juga dapat mengidentifikasi berbagai gejala perubahan dan menghiindarkan diri darii berbagai penyimpangan atau keluar lebih jauh darii pada tujuan yang ingin di capai.

## KAJIAN TEORI

### 1. Pengertian Keputusan Calon Nasabah Memilih Produk Asuransi Prucinta

Pengertian keputusan calon nasabah memilih produk asuransi prucinta yaitu sebuah proses keputusan calon nasabah memilih produk prucinta di Prudential (Philip Kotler, 2002: 207), menurut (Griffiin, 2002) Keputusan calon nasaabah dalam memilih produk prucinta ialah salah satu tindakan memilih sattu alternatif darri serangkaian alteernatif yang adaa. menurut Schiiffman, Kanuuk (2004, pada Kuncoro & Adithya, 2010) ketetapan calon nasabaah daalam memilih produk prucinta ialah salah satu alternatif darii duaa pilihan keputusan produk, ialah bahwa orang tersebut bisa mengambil kepuutusan, Wajib ada pilihan yang lain. Maka atas pendapatt diatass, Keputusan calon nassabah sewaktu memilih produk prucinta merupakan suatu proses yangg dilaksanakan calonn nasabaah sewaktu memilihh produk, kemudiaan nasaabah memmilih 1 pilihan daari pilihan yang adaa.

## 2. Keputusan Calon Nasabah Dalam Memilih Produk Asuransi Prucinta

Keputusan calon nasabah dalam memilih produk asuransi prucinta sangat penting sebelum calon nasabah memilih produk prucinta. Keputusan bertujuan untuk tidak adanya hambatan baik besar atau kecil, maka diambil suatu keputusan. Keputusan yang diperoleh bisa memunculkan dampak juga menimbulkan persoalan di bidang lain, maka sewaktu menentukan keputusan harus cermat dalam hal seperti ini supaya kegiatan organisasi bisa tetap mencapai titik yang sudah dirancang sebelumnya. Menurut Samarwan (2004, pada Kuncoro & Adithya, 2010) suatu keputusan menjadi pemilihan salah satu kegiatan dari dua maupun lebih pilihan alternatif. Seorang calon nasabah yang akan menetapkan pilihan sebaiknya dia wajib mempunyai pilihan alternatif. Dengan begitu, ia wajib memilih keputusan barang mana yang hendak dipilih, atau ia harus memilih satu dari beberapa pilihan produk yang ada. Jadi berdasarkan pendapat tersebut, Keputusan calon nasabah dalam memilih produk prucinta itu penting sebelum calon nasabah memilih produk prucinta.

## 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Calon Nasabah dalam Memilih Produk Asuransi Prucinta

- 1) Faktor pribadi (Kotler, 2005:211) ialah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan calon nasabah. Karakteristik ini yaitu umur atau tidak suatu kredit akan dicocokkan terhadap kondisi yang berubah sebagai karakter psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten juga bertahun-tahun akan lingkungannya
- 2) Faktor psikologis (Kotler, 2005:213). yaitu variabel psikologis tersebut bisa dibedakan menjadi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan juga sikap. Motivasi dimaknai pada kebutuhan akan berubah menjadi motif jika kebutuhan tersebut sudah sampai tingkat tertentu. Motif ialah suatu kebutuhan yang cukup mendesak juga menekan seseorang terhadap target. Persepsi (Kotler, 2005:198) ialah perjalanan yang dipakai oleh seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, juga menginterpretasikan pendapat yang diperolehnya. Kondisi psikologis personal guna bisa mempengaruhi personal dalam memilih sebuah keputusan seperti dalam memilih sebuah produk prucinta.

## METODE PENELITIAN

Gaya analisis yang dipakai pada saat analisis ini ialah deskriptif kualitatif, yang mana penulis turun ke lapangan melaksanakan penelitian

secara intensif akan objek yang diteliti dilapangan untuk melihat dengan jelas tentang produk asuransi syariah di perusahaan asuransi Prudential Indonesia. tingkat sesudah itu penulisi membuat catatan informasi bukti yang diteliti dilapangan, selanjutnya dilaksanakan analisis dengan deskriptif dan memakai sebagian petunjuk subjek pustaka untuk mencari kecocokan konsep yang jelas mengenai aplikasi asuransi syariah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Produk Asuransi Prucinta

Asuransi Jiwa Syariah PRUCinta (PRUCinta) ialah produk asuransi jiwa syariah di PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) yang menyajikan pengamanan komprehensif selama 20 tahun waktu keanggotaan akan risiko meninggal dunia juga meninggal dunia sebab kecelakaan. Selain itu produk ini terus meneruskan perpanjangan waktu keanggotaan tanpa penyelidikan kebugaran juga faedah jatuh tempo ketika wujud Anggaran Tunai dari uang Anggaran Tunai sewaktu dipenghujung waktu keanggotaan.

keunggulan produk prucinta adalah yang pertama 100% bantuan asuransi dari dana tabarru' juga nilai tunai dari dana nilai tunai jika anggota yang diasuransikan meninggal dunia sewaktu ketika masih menjadi anggota. fungsi jatuh tempo dalam wujud nilai tunai dari dana nilai tunai jika anggota yang diasuransikan sedang hidup sampai di penghujung waktu masa keanggotaan dan polis masih aktif. tambahan waktu keanggotaan tanpa penyelidikan kesehatan sampai dengan umur anggota yang diasuransikan waktu polis ditambah ialah tujuh puluh tahun. jumlah tiga ratus tahun didalam kurun enam pecan dimulai tanggal satu ramadhan dimana ditentukan oleh pemerintah republik Indonesia. enam. pengalokasian laba kepada seluruh pemegang polis yang berwenang sebanyak delapan puluh persen

Fungsi Prucinta bantuan meninggal dunia seratus persen bantuan asuransi yang berasal dari biaya tabarru' juga nilai kontan dari biaya kontan kas sesudah pengutaraan klaim fungsi asuransi disepakati oleh pengelola untuk dibayarkan jika ada akibat meninggal dunia akan diri peserta yang diasuransikan sama dengan yang terkandung di dalam polis, maka polis akan berhenti. Bantuan meninggal dunia sebab kecelakaan sebanyak tiga ratus persen dari bantuan asuransi dari biaya tabarru' juga jumlah kontan dari biaya jumlah kontan akan dibayarkan apabila anggota yang diasuransikan meninggal dunia sebelum umur tujuh puluh tahun sebab kecelakaan akan mengikuti peraturan yang ada dalam polis, bahkan polis pun berhenti. Bantuan meninggal dunia yang disebabkan karena kecelakaan waktu disaat mudik. Jumlah empat ratus persen dari bantuan asuransi dari jumlah tabarru' juga jumlah tunai dari biaya jumlah kontan terhadap yang dibayarkan apabila anggota yang

diasuransikan meeninggal dunia sebab kecelakaan sebelum berumur tujuh puluh tahun didalam kurun enam pekan mulai tanggal satu ramadhan yang ditentukan oleh pemerintahan republik Indonesia dan menjalankan peraturan yang ada di dalam polis.

## 2. Keputusan calon Nasabah memilih produk asuransi prucinta

### 1. Pengertian Keputusan calon Nasabah memilih produk asuransi prucinta

Pengertian Keputusan calon Nasabah memilih produk asuransi prucinta yaitu sebuah proses keputusan calon nasabah memilih produk prucinta di Prudential (Phillip Kotler, 2002: 207), tanggapan (Griffiin, 2002) keputusan calon nasaabah dalam memilih produk prucinta ialah salah satu kegiatan memilih 1 refrensi dari serangkaian refrensi yang bermacam-macam. menurut Schiffman, Kaanuk (2004, pada Kuncoro & Adithya, 2010) kemauan calon nasaabah daalam memilih produk prucinta ialah yang dilaksanakan nasabah sewaktu mengambil keputusan, selanjutnya nasaabah memilih 1 refrensi berdasarkan refrensi alternatif yang tersedia.

### 2. Pentingnya Keputusan Calon Nasabah Sewaktu Memilih Produk Asuransi Prucinta

Keputusan calon nasabah dalam memilih produk prucinta, sangat penting sebelum calon nasabah ,memilih produk prucinta. Ketentuan tersebut bertujuan supaya terhindar dari gangguan berupa besaar ataupun kecil, maka dibutuhkan kepuutusan. Keputuusan yang direnggut yang bisa memunculkan dampak beserta menimbulkan persoalan terhadap bidang yang lain, maka sewaktu menentukan keputusan wajib pintar akan kondisi guna kegiatan organiisasi bisa tetap mencapai yang diinginkan sebagaimana yang sudah di rancang terlebih dahulu. Tanggapan Samaarwan (2004, paada Kuncoro & Adithya, 2010) keputusan merupakan penentuan salah satu gerakan berdasarkan 2 maupun lebih kemungkinan refrensi. Seoraang calon nasaabah yang akan melaksanakan piilihan makaa dia juga wajib mempunyai piilihan refrensi. Degaan begitu, Dia wajib menentukanl keputusan produuk yang mana dipilihnya, ataupun dia juga wajib menentukan 1 daari beberapaa piilihan produuk yang tersedia. maka berlandaskan tanggapan diatas, Keputusan calon nasaabah dalaam memilih produk prucinta ituu perlu sebeelum calon nasaabah memilih produk prucinta.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Calon Nasabah Dalam Memilih Produk Prucinta

#### a. Faktor Internal

- 1) Faktor pribadi (Kotler, 2005:211) ialah suatu variabel yang dapat mendorong keputusan calon nasabah. Karakter tersebut mencakup umur maupun bukan salah satu keputusan calon nasabah akan disamakan akan kondisi yang konsisten berganti membentuk karakter psikologis yang tidak sama dari salah seorang yang menjadi pendapat yang terlihat sesuai juga bersiteguh akan lingkungan.
  - 2) Faktor psikologis (Kotler, 2005:213). Yang mana variabel psikologis ini bisa dibedakan semacam dorongan, tanggapan, pengkajian, kepercayaan juga kelakuan. Dorongan diartikan sebuah keperluan bisa berubah menjadi corak jika keperluan tersebut sampai memenuhi ketentuan tertentu. Motivasi ialah salah satu keperluan yang bisa mendorong beserta memaksa seseorang guna mencapai keinginan. tanggapan (Kotler, 2005:198) ialah tahapan yang dipakai seorang personal guna memilih, mengorganisasikan, serta menginterpretasikan anjuran yang diterimanya. Keadaan psikologis seseorang bisa berpengaruh terhadap seseorang terhadap memilih akan keputusan ketika memilih sebuah produk pilihan.
- b. Faktor Eksternal
- 1) Faktor sosial ialah faktor alam sekitar calon nasabah yang selaku dari himpunan penunjuk maupun keluarga. Teman kerja, rekan dan tetangga bisa dijadikan sebagai himpunan penunjuk dengan cara langsung dan tidak langsung bisa mendorong kemauan nasabah. Keluarga ialah sekumpulan nasabah maupun pelanggan yang paling penting ketika masyarakat maupun para sekumpulan keluarga membuat sekumpulan tumpuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga akan orang tua bahkan anak-anak bisa mempunyai efek akan penentuan kemauan calon nasabah memilih produk asuransi di Prudential yang ditawarkan oleh Prudential.
  - 2) Faktor Lokasi, jasa dan konvensi perusahaan yang menawarkan produk kepada calon nasabah. Lokasi ialah tempat dimana bank melaksanakan aktifitas rutin terutama aktifitas kontrak kepada calon nasabahnya, (Murrti Summarni juga Johnn Soeprihanto, 2005 : 84). Tempat yang benar maka sangat berdampak akan jumlah calon nasabah sebuah perusahaan, seperti Tempat yang gampang dicapai maka memotivasi calon nasabah untuk datang melaksanakan keputusan dalam memilih produk. Pendapat (Boediiono, 1999: 11) yang diartikan dengan pelayanan pelanggan (customer service) ialah usaha maupun sistem secara



sadarr maupun berencana dilaksanakan lembaga maupun baadan usaha sewaktu kompetisi melalui kontribusi jasa terhadap calon nasaabah, sampai terlaksana kenyamanan optimal bagi calon nasaabah, jasa yang benar juga prima bersama dengan sarana juga prasarana yang mendukung guna membangkitkan calon nasaabah guna terus datang untuk melakukan transaksi juga mampu menjadi salah satu faktor yang bisa menyakinkan calon nasaabah lainnya. menurut (Mallayu S.P. Hasiibuan, 2006) prosedur prucinta keputusan calon nasabah dalam memilih prucinta ialah suatu langkah-langkah yang wajib dipenuhi oleh calon nasabah sebelum pembelian produk. Prosedur pembelian produk yang diaplikasikan akan sangat berdampak akan kepuasan calon nasabah dalam memilih produk prucinta. Tata cara produk prucinta yang mudah akan memotivasi calon nasaabah guna memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Maka berlandaskan teori tersebut, hendaknya gagasan mengenai faktor-faktor yang mendorong keputusan calon nasabah memilih produk prucinta. sebab masyarakat yang mengambil maupun tidaknya suatu produk maka akan disinkronkan terhadap penghasilan juga lingkungan ekonomi seseorang yang akan mengambil produk yang ada di Prudential.

4. Trik menarik keputusan calon nasabah memilih produk prucinta
  - a. bersilaturahmi
  - b. mengedukasi
  - c. follow up
  - d. menawarkan produk
  - e. mewawancarai penghasilan
  - f. follow up

Maka berlandaskan pengetahuan tersebut, gaya mengukur keputusan calon nasaabah memilih produk prucinta dibutuhkan pemahaman keperluan sebelum memilih produk prucinta, melalui mengejar berbagai berita mengenai prucinta, supaya keputusan memilih prucinta sesuai dengan keinginan.

5. Penunjuk Keputusan Calon Nasabah Memilih Prucinta
  - a. Pemahaman pandangan akan perkembangan perusahaan.
  - b. Kenikmatan terhadap produk yang ditawarkan.
  - c. Logistik berita sewaktu dimintai.
  - d. Posisi rumah ke perusahaan.

- e. Inspeksi jasa (Kolter dan Armstrong, 2008).

Maka, berlandaskan pengetahuan di atas makna keputusan calon nasabah memilih prucinta ialah merupakan langkah seseorang yang hendak memilih produk di Prudential.

## KESIMPULAN

Asuransi jiwa syariah Prucinta ialah produk asuransi syariah di PT. Life Assurance Prudential yang menyajikan tameng komperatif selama dua puluh tahun waktu keanggotaan akan resiko meninggal dunia juga meninggalkan kecelakaan, tidak sedikit calon nasabah yang tertarik, Indikator keputusan calon nasabah memilih prucinta persepsi melihat perkembangan perusahaan. Kenikmatan terhadap produk yang ditawarkan. Logistik berita sewaktu di minta. Posisi rumah ke perusahaan mudah di jangkau. Kontrol jasa keputusan calon nasabah dalam memilih prucinta ini apabila didedukasi oleh agen terpaut akan rencana iklan produk, Pelaksanaan iklan dilaksanakan bukan saja lewat agency namun seminar terhadap masyarakat pedalaman yang belum mengerti asuransi lebih dalam. Trik iklan yang dilaksanakan lewat website yang bisa dijangkau lewat internet, Brosur yang dapat dari sebaran yang dilaksanakan oleh agency maupaun reklama yang bisa dilihat di televisi, gadget, spanduk juga yang lainnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adisty, A., & Aslami, N. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Allianz Life Indonesia Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 140-158. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.812>
- Dalimunthe, M., & Aslami, N. (2021). Perencanaan dan Strategi Pemasaran Asuransi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(1), 54-67. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i1.760>
- H. Rianto, Aghniya. 2019. *Produk Asuransi Syariah Prudential (Pru Link Syariah) Dalam Tinjauan Syariah Islam*. Jurnal Ekonomi Islam 1 (2), 2019.
- Nurul Rahmania. 2020. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah di Kota Makassar*. 2020,
- E Cenora, D Hermawan, 2022. *Asuransi dan Pandemi covid-19 peran persepsi konsumen dalam keputusan pembelian*. Bandung: EKUITAS,
- Nalar, Fatma (2021), *Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Penjualan Pada Produk Prucinta Studi Pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon*. Diploma, UIN SMH BANTEN.

# MES Review Journal

Volume 1 Nomor 1 (2022) 51-61 E-ISSN XXXX-XXXX

DOI: XXXXX/mrj.v1i1.5

Zahra, A., Batubara, M., Silalahi, P., Prayoga, R., & Amanda, D. (2021). Peningkatan Minat Dalam Penggunaan Kartu Kredit Syariah dengan Pendekatan Kepercayaan, Sikap dan Pendapatan di Kabupaten Labuhanbatu Utara. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(3), 175-189.

<https://doi.org/10.47467/visa.v2i3.934>

Zahra, A., & Aslami, N. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Asuransi di Medan Sumatera Utara. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(1), 46-53.

<https://doi.org/10.47467/visa.v1i1.759>