

**Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Non Muslim Dalam Memilih Produk Mitra Iqra (Plus) (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan)**

**Ardhia Meianti<sup>1</sup>, Yusrizal<sup>2</sup>**

Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia  
<sup>1</sup>[ardhiameianti26@gmail.com](mailto:ardhiameianti26@gmail.com), <sup>2</sup>[yusrizal@uinsu.ac.id](mailto:yusrizal@uinsu.ac.id)

**ABSTRACT**

*This exploration was directed looking back to analyze the impact of iqra accomplice items (in addition to) on non-Muslim clients and at the degree of item, advancement, and cost on buying choices of non-Muslim clients at PT. Bumiputera Medan Sharia Life Insurance. The exploration that the creator utilizes is field research utilizing subjective elucidating through information assortment methods.*

**Keywords :** *non-muslim product purchase decision, promotion level, and price.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatar belakangi untuk menguji dari pengaruh produk mitra iqra (plus) di nasabah non muslim serta di strata produk, kenaikan pangkat, serta harga terhadap keputusan pembelian nasabah non muslim pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan. Penelitian yang penulis pakai artinya memakai penelitian lapangan menggunakan memakai pengamatan naratif kualitatif melalui teknik pengumpulan data.

**Kata kunci :** *keputusan pembelian produk non muslim, dan tingkatan promosi, serta harga.*

**PENDAHULUAN**

Di era globalisasi ini, tidak heran jika persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. aneka macam macam perusahaan yang ada di Indonesia berlomba-lomba untuk membuat perusahaannya memiliki daya saing yang tinggi serta unggul dalam bisnis dan ekonomi dunia. Hubungan antara perusahaan tidak tergantung pada ketersediaan asuransi. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Pasal 1 ayat 1 Tahun 2014, wacana perasuransian mengatakan bahwa premis artinya perjanjian antara 2 pihak, yaitu perusahaan iuran pertanggungansian serta pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan asuransi oleh perusahaan premi sebagai imbalan untuk :

1. Memberikan pembayaran kepada penjamin atau pemegang strategi atas kemalangan, kerugian, portofolio yang ada, kehilangan manfaat, atau tanggung jawab yang sah kepada pihak luar yang mungkin ditanggung oleh pemegang proteksi atau strategi atas kemalangan, kerugian, portofolio yang ada, atau
2. Menunjukkan tujuan sehubungan dengan kekurangan yang dijamin atau pencapaian menurut ilmu pengetahuan cut off yang dilindungi cut off yang dijaga cut off yang dilindungi cut off yang dilindungi cut off yang dijamin cadangan.

Pada perkembangan dunia asuransi, Islam mengatur perasuransian dengan menghilangkan unsur gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba zhulm (penganiayaan), riswah (suap), barang haram serta maksuat pada bisnis premi tadi menggunakan memakai nama iuran pertanggungansian Syariah. Dalam perkembangannya asuransi syariah khususnya asuransi jiwa mengembangkan bisnisnya buat melindungi kerugian berupa finansial yang dialami nasabah pada menempuh pendidikan, melihat karena pentingnya pendidikan bagi sang butir hati / nasabah tadi. Untuk menjawab kebutuhan tersebut PT. premi Jiwa Syariah Bumiputera Medan mengeluarkan produk asuransi yaitu mitra Iqra (Plus) yang berkecimpung di premi pendidikan yang membantu buat menyiapkan dana pendidikan anak berasal SD sampai perguruan tinggi, mahalnya porto pendidikan ketika ini menyebabkan banyak orang tua yang sejak dini menabung melalui premi buat meringankan beban tersebut. manfaatnya Bila ayah / orang sakit mati sebagai akibatnya tidak dapat meneruskan mencari nafkah secara optimal, maka ibu / anak akan menerima santunan tewas dunia dan tidak perlu membayar premi lagi atau mampu dikatakan telah bebas asuransi. dan pula menerima dana pembiayaan pendidikan bagi anak yang ditinggalkan sampai ke jenjang pendidikan perguruan tinggi. karena pendidikan anak yang lebih diutamakan maka poly orang tua membeli asuransi pendidikan tersebut untuk melindungi porto yang sangat besar sebab insiden yang tak diinginkan untuk pendidikan anak hingga perguruan tinggi. Alasan mengapa seseorang membeli produk eksklusif artinya faktor yang sangat krusial bagi perusahaan itu merancang produk jasa supaya sesuai dengan impian konsumen. Hal ini dikarenakan persaingan antar perusahaan yang menjual produk homogen semakin kompetitif. Perusahaan harus menaikkan kepekaannya terhadap perubahan lingkungan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Untuk mengetahui pengambilan keputusan nasabah di non muslim pada suatu pembelian produk harus diketahui sikap-sikap konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian, dimana tindakan-tindakan tersebut mensugesti kepuasan serta ketidakpuasan konsumen. Bila konsumen merasa puas maka ia akan memperhatikan kemungkinan lebih tinggi buat membeli produk tersebut. Konsumen yang tidak puas tersebut akan berusaha mengurangi ketidakpuasannya. Dari penerangan di atas maka penulis ingin mengangkat judul “ Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Non Muslim pada memilih Produk kawan Iqra (Plus) (Studi masalah di Nasabah PT. premi Jiwa Syariah Bumiputera Medan.

## **PERMASALAHAN**

Berdasarkan Pendahuluan masalah yang telah penulis uraikan di atas maka penulis dapat merumuskan pada penelitian sebagai hasil magang ini, yaitu :

1. Bagaimana analisis pengambilan keputusan nasabah non muslim pada produk mitra iqra plus Studi Kasus Nasabah PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan ?

## **KAJIAN TEORI**

Analisis dilakukan pada orang dalam tertentu untuk menentukan apa yang sedang terjadi. Menurut Dwi Prastowo, analisis digunakan untuk membangun jembatan antara dua titik, seperti jembatan antara dua kota, atau jembatan antara dua negara, atau jembatan antara dua negara. Menurut Wiradi, analisis adalah jenis kegiatan yang memungkinkan suatu tugas dianalisis, diperbaiki, dan ditata ulang berdasarkan kriteria tertentu, setelah itu diberi nama dan deskripsi. Pengertian analisis yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa analisis

bukan hanya sekedar penelusuran atau penyelelidikan, namun sebuah aktivitas yang terpola serta dilakukan secara sungguh-sungguh dengan menggunakan pemikiran Peter Salim dan Yenni Salim adalah penulis bahasa Indonesia kontemporer (2002)

menjabarkan pengertian analisis menjadi berikut :

- a. Analisis adalah proses menganalisis suatu situasi (seperti masalah, seseorang, atau situasi) untuk memperoleh informasi yang akurat (dari usul, sebab, penyebab sebenarnya, dan sebagainya).
- b. Analisis penguasaan masalah utama atas bagian-bagian, penelaahan bagian-bagian tadi, serta korelasi antar bagian untuk menerima pemahaman yang menggunakan pemahaman secara holistik.
- c. Analisis adalah laporan tertulis (penjabaran) tentang topik tertentu, dan dilakukan dalam setting kelompok.
- d. Analisis adalah proses pemecahan masalah yang dimulai dengan hipotesis (dugaan, dan seterusnya) sampai terbukti kebenarannya melalui beberapa kepastian (pengamatan, percobaan, dan sebagainya).
- e. Analisis adalah proses pemecahan dilema (melalui akal) ke pada bagian bagiannya berdasarkan metode yang konsisten buat mencapai pengertian tentang prinsip-prinsip dasarnya.

Departemen Pendidikan Nasional (2005) secara efektif dan ekonomis bahwa analisis adalah untuk menyelidiki suatu insiden untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya dalam Kamus akbar Bahasa Indonesia.

### **Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan adalah proses pemecahan yang berasal dari beberapa cara lain untuk memberikan suatu tindakan dimasa depan. serta Pengambilan keputusan perilaku yang bertindak untuk memilih sebuah pilihan dari beberapa cara lain.

Sesuai Kotler dan Keller ada lima tahapan pada proses keputusan pembelian seorang konsumen :

#### **1. Sosialisasi dilema**

Proses keputusan pembelian dimulai saat konsumen menyadari kebutuhan atau keinginan akan suatu produk yang wajib dipenuhi.

#### **2. Pencarian berita**

Seseorang konsumen yang telah menyadari kebutuhan atau keinginannya akan suatu produk dalam rangka memenuhi kebutuhan serta hasrat tersebut, konsumen akan berusaha mencari gosip terkait dengan produk yang sesuai.

#### **3. Penilaian alternatif**

Konsumen akan menilai dan membandingkan masing-masing keunggulan serta laba asal produk yang dianggap tepat sesuai dengan asa.

#### **4. Keputusan Pembelian**

Keputusan diambil setelah serangkaian penilai terkait kualitas, harga, lokasi dan lain-lain.

#### **5. perilaku Pasca Pembelian**

Selesainya pembelian produk, konsumen akan mencicipi kepuasan atau ketidakpuasan terkait produk yang dibeli tadi. Bila merasa puas dengan produk tadi maka akan dilakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

### **Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan**

Menurut Philip Kotler Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terdiri dari variasi produk, kenaikan pangkat, harga dan lokasi.

#### **a. Variasi Produk**

Menurut Philip Kotler produk ialah segala sesuatu yang mampu ditawarkan pada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan impian atau kebutuhan setiap perusahaan dalam menaikkan volume penjualannya atau bagian pasar sasaran, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk ke arah yang lebih baik, sebagai akibatnya dapat menyampaikan daya tarik, keunikan, daya guna, dan tingkat kepuasan yang lebih pada konsumen.

Basu partikelir dan Irawan mendefinisikan produk artinya suatu sifat yang sangat kompleks baik bisa diraba juga tidak bisa diraba yang diterima sang pembeli buat memuaskan harapan dan kebutuhannya. Penampilan produk krusial pada menarik pembelian konsumen terhadap suatu produk adapun indikator yang mencirikan produk dalam suatu penelitian, yaitu:

- a) produk yang terpercaya
- b) Kesesuaian produk
- c) Kinerja produk

#### **b. Kenaikan Pangkat**

Berdasarkan Kotler, kenaikan pangkat adalah bagian serta proses strategis pemasaran sebagai cara buat berkomunikasi menggunakan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran kenaikan pangkat.

Adapun indikator yang memvirikan promosi yang dipergunakan dalam penelitian, yaitu :

- a) Media cetak/elektrodnik
- b) Publikasi
- c) Kualitas Promosi

#### **c. Harga**

Kotler dan Armstrong mendefinisikan harga adalah jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat sebab mempunyai atau menggunakan produk barang/jasa. sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah holistik nilai yang ditukarkan konsumen buat mendapatkan keuntungannya dari kepemilikan terhadap sebuah produk/jasa.

Indikator yang mencirikan harga yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- a) Keterjangkau Harga
- b) Kesesuaian harga menggunakan fasilitas
- c) Kompetitif harga

#### **d. Lokasi**

Dari Philip Kotler, lokasi ialah keliru satu faktor terpenting yang mempengaruhi perkembangan suatu usaha. Lokasi yang strategis akan mendatangkan poly konsumen sebagai akibatnya bisa menikan grafik penjualan maupun omset. Dlam pemilihan lokasi bisa dipertimbangkan beberapa hal krusial, yaitu :

- a) Akses, misalnya kemudahan lokasi yang simpel dijangkau.
- b) Visibilitas, yaitu lokasi dapat dilihat kentara dalam jeda pandang normal.
- c) Lalu lintas, yaitu banyaknya orang yang berlalu lalang sehigga dapt mempengaruhi keputusan pembelian dan kepadatan atau stagnasi yang menjadi kendala mencapai lokasi berikut.

### **Nasabah**

Nasabah ialah aset yang sangat berharga bagi setiap bank. oleh karena itu, bank berusaha buat menjaga loyalitas nasabah sebab adanya nasabah yang loyal akan berdampak terhadap keberlanjutan berasal langganan mereka terhadap suatu produk dan jasa di bank tertentu. (Dewi, 2014)

### **Asuransi Syariah**

Asuransi Syariah adalah usaha untuk menghadapi risiko tertentu melalui pengumpulan dan dengan menggunakan dana tabbaru yang memberikan pola kuantitas produk untuk menghadapi risiko tertentu menggunakan akad (perkataan) yang sesuai dengan prinsip syariah. Premi syariah memakai prinsip berbagi risiko, dimana risiko dari satu orang/pihak dibebankan pada seluruh orang / pihak yang sebagai pemegang polis, sedangkan premi konvensional memakai sistem transfer risiko, dimana risiko dari pemegang polis dialihkan pada premi. Kiprah perusahaan premi syariah adalah melakukan pengelolaan operasional dan investasi dari jumlah dana yang diterima dari pemilik polis, berbeda menggunakan perusahaan asuransi konvensional yang bertindak menjadi penanggung polis, alias yang (jual beli).

Menurut data, baik asuransi konvensional maupun premi syariah, masing-masing memiliki risiko atau risiko kegagalan akibat pembelian produk dengan risiko kegagalan yang tinggi. Risiko ini diteruskan ke konsumen melalui kebutuhan dan kemampuan mereka. Namun, kali ini kami ingin mempelajari lebih jauh tentang pentingnya asuransi syariah.

#### **1. Pengelolaan dana memakai prinsip syariah Islami**

Ini adalah perbedaan yang signifikan antara asuransi konvensional dan iuran pertanggungans syariah, di mana iuran pertanggungans syariah perusahaan harus mematuhi prinsip syariah yang ketat. Sebagai contoh, menurut Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, dana tersebut tidak bisa diinvestasikan di saham dari emiten yang memiliki kegiatan perjuangan perdagangan / jasa yang tidak boleh menurut prinsip Syariah, termasuk perjudian atau kegiatan pro (DSN MUI).

#### **2. Transparansi pengelolaan dana pemegang polis**

Pengelolaan dana sing syariah premi dilakukan secara transparan, baik terkait donasi dan surplus underwriting juga pembagian akibat investasi. Tujuan pendistribusian barang sekarang adalah untuk memaksimalkan keuntungan bagi warga negara baik secara kolektif maupun individual.

### **3. Pembagian laba akibat investasi**

Akibat investasi yang diperoleh bisa dibagi antara pemegang polis (peserta), baik secara kolektif atau individu, serta perusahaan iuran pertanggungan syariah, sinkron dengan akad yang digunakan. Hal ini tidak sama dengan perusahaan premi konvensional yang akibat investasinya artinya milik perusahaan asuransi, kecuali buat produk iuran pertanggungan yang dikaitkan dengan investasi.

### **4. Kepemilikan dana**

Di Asuransi konvensional, semua iuran pertanggungan yang masuk merupakan sebagai hak milik perusahaan asuransi, kecuali iuran pertanggungan pada produk iuran pertanggungan yang dikaitkan menggunakan investasi yang ada bagian berasal iuran pertanggungan yang dialokasikan buat menghasilkan investasi / tabungan pemegang polis. Sedangkan pada asuransi syariah, donasi (premi) tersebut sebagian sebagai milik perusahaan iuran pertanggungan syariah menjadi pengelola dana dan sebagian lagi menjadi milik pemegang polis secara kolektif atau individual.

### **5. Tidak berlaku sistem 'dana hangus'**

Dana donasi (asuransi) yang disetorkan menjadi tabarru' pada asuransi syariah tidak hangus meskipun tidak terjadi klaim selama masa perlindungan. Dana yang telah dibayarkan sang pemegang polis tadi akan permanen diakumulasikan pada dalam dana tabarru' yang merupakan milik pemegang polis (peserta) secara kolektif.

### **6. Adanya alokasi serta distribusi surplus underwriting**

Pada sektor asuransi syariah, dikenal istilah surplus underwriting yaitu selisih lebih asal total kontribusi pemegang polis ke pada dana tabarru' sehabis ditambah recovery klaim asal reasuransi dikurangi pembayaran santunan / klaim, donasi reasuransi, dan penyisihan teknis, dalam satu periode tertentu. Di premi konvensional, semua surplus underwriting ini menjadi milik perusahaan iuran pertanggungan sepenuhnya namun dalam iuran pertanggungan syariah surplus underwriting tersebut bisa dibagikan ke dana tabarru', pemegang polis yang memenuhi kriteria, serta perusahaan iuran pertanggungan sesuai dengan persentase yang ditetapkan pada dalam polis.

## **METODE PENELITIAN**

Metode Penelitian Kualitatif merupakan Metode yang akan digunakan di artikel penelitian ini. Tujuan dari metode kualitatif yaitu buat menjelaskan kenyataan secara mendetail menggunakan cara pengumpulan data-data yang menjangkau secara luas (Kriantono, 2009). (Moleong, 2006) Penelitian kualitatif berusaha memberikan penjelasan yang lengkap, akurat mengenai keterangan-fakta yang ada pada kembali layar, karena pendekatan kualitatif tidak mengumpulkan data dalam bentuk kuantitatif.

Tak sama seperti metode Kuantitatif, pengumpulan data sangat penting dalam penelitian kualitatif, metode penelitian data kualitatif tidak mengumpulkan data menggunakan teknik yang dibuat untuk mengukur/melihat variabel di dalam penelitian. Namun, pengumpulan data studi kualitatif berinteraksi secara simbolis menggunakan nara sumber (Iskandar, 2009) untuk mengumpulkan data-data kegiatan laporan dilakukan menggunakan berbagai metode

eksklusif sinkron menggunakan tujuan aktivitas laporan. pada penyusunan laporan serta pembangunan Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Non Muslim pada menentukan Produk kawan Iqra Plus (Studi perkara di Nasabah PT. iuran pertanggungans Jiwa Syariah Bumiputera Medan memakai metode menjadi berikut :

#### **1. Metode Observasi**

Observasi yaitu metode yang dilakukan dengan cara mengamati sumber pengumpulan data, pengelolaan data, pula peninjauan menggunakan cara mendatangi objek penelitian secara eksklusif (Santisi, 2016). Pengamatan ini dilakukan dengan melihat langsung proses aktivitas bisnis yang sedang berjalan di PT. asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan di tanggal 17 Februari 2022 hingga menggunakan 16 Maret 2022. Akibat yang akan dicapai artinya melihat proses bisnis yang terjadi. dan melihat segala aktivitas atau mencari data yang diharapkan buat kegiatan laporan penelitian.

Kegiatan pengamatan dilakukan eksklusif dibawah pengawasan sang bidang administrasi dan pelayanan. dia memberikan data pengamatan data Nasabah Non Muslim terhadap pembelian produk kawan Iqra Plus.

#### **2. Metode Wawancara**

Wawancara adalah proses kegiatan tanya jawab pada aktivitas yang berlangsung secara verbal dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi atau keterangan warta (Supardi, 2006). Wawancara dilakukan menggunakan cara diskusi dengan pegawai bagian Administrasi dan pelayanan pada PT. iuran pertanggungans Jiwa Syariah Bumiputera Medan, bertempat diruang administrasi. wawancara ini berguna buat memperoleh data yang dibutuhkan pada Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Non Muslim pada memilih Produk kawan Iqra Plus (Studi perkara pada Nasabah PT. premi Jiwa Syariah Bumiputera Medan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Faktor Internal**

Faktor internal adalah faktor yang bersal dari dalam diri individu (informan) yang mempengaruhi keputusan nasabah non muslim pada iuran pertanggungans Jiwa Syariah Bumiputera Medan, yang terdiri dari demografi informan seperti usia, pendidikan, pekerjaan, Internal masing-masing faktor akan diuraikan secara rinci sebagai berikut :

##### **a. Faktor Pribadi**

Faktor pribadi adalah faktor dari dalam yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian nasabah non muslim di iuran pertanggungans Jiwa Syariah Bumiputera Medan meliputi :

##### **1) Faktor Usia**

Dengan semakin relatifnya umur seseorang, taraf kematangan dan kedewasaan orang tersebut akan semakin matang dalam berfikir dan bekerja. Asal agama masyarakat orang dewasa apabila, dewasa, dengan keputusan pembelian, maka seseorang yang umurnya lebih tua memiliki lebih banyak aspek yang dipertimbangkan dan lebih hati-hati masalah ini adalah bahwa usia dapat dikatakan memiliki prestasi dalam keputusan pembelian.

## 2) Faktor Pendidikan

Pendidikan seorang mensuggestion cara oandangnya terhadap diri dan lingkungannya, tidak selaras dengan sikap oang yang berpendidikan tinggi serta tingkat rendah dalam keputusan pembelian. Tingkat pendidikan turut serta jua menentukan tidaknya seorang menyerap serta tahu pengetahuan yang mereka peroleh, biasanya meningkat pendidikan seseorang, maka pengetahuannya semakin baik. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut: seseorang dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi lebih mungkin untuk mengetahui barang-barang berkualitas tinggi dan lebih mungkin untuk membelinya. Di sisi lain, seseorang yang tidak memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi lebih mungkin untuk mengetahui barang-barang berkualitas rendah dan lebih mungkin untuk membelinya dari orang yang tidak memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Oendidikan ini cenderung berpengaruh terhadap pembelian keputusan.

## 3) Faktor Pekerjaan

Pengetahuannya seorang yang bekerja akan lebih luas dari yang tidak bekerja, karena dengan bekerja seorang akan banyak memiliki indormasi dan pengalaman. yaitu bahwa orang yang bekerja memiliki informasi tentang berbagai ciri barang yang akan dibelinya, atau bahwa barang yang akan digunakan sesuaikan dengan pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan dapat mengganggu kemampuan seseorang untuk membuat keputusan yang tepat tentang suatu produk atau jasa.

## 4) Faktor Kekayaan

Penggunaan syarat kemampuan finansial seseoarang dalam melakukan pembelian dapat dikategorikan sebagai faktor kekayaan. Ini berarti bahwa dengan berkembangnya kemampuan finansial seseorang, atau ketika rekening bank seseorang tumbuh, atau ketika rekening bank seseorang tumbuh, demikian pula keinginannya untuk membeli barang atau jasa. Pernyataan tersebut membuktikan bahwa kekayaan memiliki dampak dalam keputusan pembelian.

### b. Faktor Psikologi

Faktor psikologi merupakan faktor yang berdasarkan upaya aktif kejiwaan individu yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian, di Asuran Jiwa Syariah Bumiputera Medan, yaitu :

#### 1) Faktor Sifat atau Kepribadian

Setiap orang yang jelas menghipnotis perilaku kepribadian kepribadian kepribadian kepribadian mengacu pada karakteristik unik yang mengakibatkan respons yang konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya. Kepribadian biasanya didasarkan pada sifat-sifat arti seperti percaya diri rasa, penguasaan, lalu bergaul, swatantra, dan sebagainya. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis tingkah laku konsumen agar dapat lebih memahami dan membeli produk atau jasa yang bersangkutan. Sesuai dengan uraian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa kepribadiian bertanggung jawab atas keputusan pembelian konsumen tersebut.

#### 2) Faktor Selera

Selera konsumen terhadap barang atau jasa akan mensuggesti jumlah baarang yang diminta. permintaan terhadap barang tersebut akan meningkat juga jika kesukaan

konsumen terhadap barang tersebut meningkat. Misalnya, poli orang yang memiliki handphone yang dilengkapi dengan fasilitas musik dan game tadi tinggi, karena selera konsumen akan barang tadi tinggi, dan permintaan akan handphone yang dilengkapi musi dan game tadi tinggi.

### **3) Faktor Rasa suka**

Kesukaan pada suatu barang yang dilihat menambah nilai tambah bagi produk tersebut, sebagai akibatnya konsumen memiliki perasaan positif berupa harapan hingga pada keputusan untuk membeli produk. cita-cita dan keputusan membeli muncul dengan seringnya suatu produk yang berinteraksi dengan konsumen.

## **2. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal adalah faktor mulai dari luar atau iklim (sumber) tunggal yang mempengaruhi pilihan klien non-Muslim dalam membeli hasil komitmen perlindungan, yang terdiri dari variabel sosial, termasuk elemen sosial mereka sendiri, Semua faktor eksternal tercantum di bawah ini secara lebih rinci .

### **a. Faktor Kebudayaan**

#### **1) Faktor Budaya**

Kebudayaan berpindah dari setiap generasi insan, setiap zaman terus melanjutkan apa yang telah mereka sadari dan apa yang secara pribadi telah mereka integrasikan ke dalam cara hidup. Budaya juga merupakan cara menuju dalam bertindak dan berpikir sesuai dengan pertemuan yang mereka alami. Budaya adalah penentu paling penting dari kepercayaan dan perilaku untuk mendapatkan nilai, pemahaman, kecenderungan, dan cara berperilaku dari organisasi penting lainnya. Sebanding dengan pilihan klien non-Muslim untuk membeli barang-barang perlindungan, dapat diduga bahwa budaya merupakan acuan seseorang untuk melakukan pembelian, sehingga budaya mempengaruhi pilihan pembelian.

#### **2) Faktor Gaya hidup**

Pola kehidupan seorang yang diwujudkan pada aktivitas (pekerjaan, hobi, berbelanja, olahraga, aktivitas sosial), minat (kuliner, mode, famili, rekreasi) dan opini yang lebih asal sekedar kelas sosial serta kepribadian seseorang, gaya hayati menampilkan pola bereaksi serta berinteraksi seseorang secara holistik didunia. Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan membeli seseorang.

### **b. Faktor Sosial**

#### **1) Faktor Teman**

Sahabat ialah pemberi impak langsung terhadap seorang. Hal tadi dikarenakan bila seorang acapkali berinteraksi menggunakan temannya, secara otomatis segala masukan, dan gosip yang asal berasal sahabat cenderung dijadikan pertimbangan buat mengambil keputusan pembelian. Faktor sahabat yang termasuk pada gerombolan referensi yang disebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang.

#### **2) Faktor Orang Tua**

Faktor orang tua termasuk kedalam gerombolan utama yang mampu mempengaruhi perilaku pembelian seorang, orang tua ialah galat satu gerombolan acuan, yaitu merupakan asal

referensi dan asal masukan yang dapat menyampaikan berita krusial serta berharga wacana berbagai atribut produk yang ingin dibeli. Hal ini sinkron dengan ungkapan asal Kotler yang menyatakan bahwa keluarga, mirip ayah, bunda, suami, atau istri mempengaruhi serta memilih pola keputusan pembelian. Orang tua artinya keluarga yang dapat menyampaikan dampak terhadap tingkah laku seorang, tentunya pada hal keputusan pembelian barang atau jasa.

### **3) Faktor Produk**

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar/pembeli untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi yang bisa memuaskan hasrat atau kebutuhan. Pada kaitannya dengan keputusan membeli, faktor produk mempunyai pengaruh yang sangat krusial karena terkait menggunakan laba serta nilai yang ditawarkan pada konsumen.

### **4) Faktor promosi**

Kenaikan pangkat mempunyai pengaruh penting pada mempengaruhi siklus pilihan pembelian oleh pelanggan karena dapat menjadi sarana untuk mengembangkan pemahaman di antara pembuat dan pembeli. Semakin sering promosi diselesaikan, semakin penting pilihan pembelian pelanggan untuk item yang sedang dikembangkan. Mengingat gambaran di atas, sangat mungkin terlihat bahwa latihan waktu yang terbatas diperkirakan akan mempengaruhi pilihan pembelian pembeli.

### **5) Faktor Harga**

Harga adalah kebutuhan uang yang ditagihkan atas suatu produk/jasa, atau jumlah yang berasal dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk sumber daya. Sumber daya ini suatu produk/jasa, atau dengan kata lain harga adalah sejumlah uang yang wajib digunakan untuk membangun suatu barang atau jasa agar dikonsumsi demi memenuhi harapan atau kebutuhannya. Harga adalah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan menggunakan keputusan untuk membeli konsumen. Saat memilih merek di antara yang ada, dipengaruhi memiliki harga baku menjadi surat keterangan untuk melakukan transaksi pembelian. Berdasarkan bukti saat ini, dapat dinyatakan bahwa biaya suatu produk jauh lebih besar daripada biaya konsumen.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hal di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada beberapa faktor pengambilan keputusan nasabah non muslim pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan, yaitu :

1. Faktor internal adalah faktor dibagi dalam orang (saksi) yang sangat tidak berdaya terhadap pilihan klien non-Muslim di Asuransi Jiwa Bumiputera Medan Syariah, yang dalam penelitian ini terdiri dari elemen individu termasuk sosial ekonomi seperti usia, pelatihan, pekerjaan, kelimpahan, serta variabel mental termasuk kegiatan rekreasi, pertemuan sebelumnya. kemudian, pada saat itu, sifat atau karakter, rasa, kenikmatan.

2. Faktor eksternal adalah faktor Mulai dari luar atau keadaan tunggal saat ini (sumber) yang secara konsisten selama ini pilihan klien non-Muslim dalam membeli barang perlindungan, yang dalam penelitian ini terdiri dari variabel sosial, termasuk kelompok keinginan yang berasal dari orang lain, teman atau wali, status ekonomi kesejahteraan, atau posisi di mata publik, pola, barang, biaya, aksesibilitas barang, kualitas barang, dan administrasi pasca-pembelian/jaminan.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Muhammad Syahbudi, Faktor-Faktor yang mensugesti perilaku Ekonomi Etnis Tionghoa: Studi Terhadap keputusan Etnis Tionghoa menjadi Nasabah di PT. Bank Syariah Cabang Medan, Tesusu, Medan:PPs IAIN-SU,2013
- Firza Aulia Viranti, dampak Fasilitas, promosi, Produk serta lokasi perbankan Syariah terhadap kepuasan Nasabah Non Muslim sebagai Nasabah Bri Syariah, Jakarta: Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2012
- PT. asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, Jenis Produk. <http://bumiputerasyariah.co.id/AJSB/>.
- Suma, M. Amin. iuran pertanggungans Syariah serta iuran pertanggungans Konvensional:Teori, Sistem, perangkat lunak serta Pemasaran. Jakarta:Balai Pustaka, 1990