

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Polis Asuransi Kesehatan

Seri Handayani¹ dan Nuri Aslami²

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

serihandayani@gmail.com

ABSTRACT

Health insurance is a service that is engaged in the health sector with a scope of coverage, namely outpatient, inpatient, and emergency services. The purpose of this study was to determine the factors that influence consumer decisions in buying health insurance policies. the most dominant factors or the most influential on consumer purchasing decisions in buying health insurance policies is the product factor which consists of the trust and benefits of the product.

keywords: *health insurance, consumer behavior*

ABSTRAK

Asuransi kesehatan adalah layanan yang bergerak dalam bidang kesehatan dengan ruang lingkup jaminan yaitu rawat jalan, rawat inap, gawat darurat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli polis asuransi kesehatan. faktor-faktor yang paling dominan atau yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli polis asuransi kesehatan adalah faktor produk yang terdiri dari kepercayaan dan manfaat produk tersebut.

keywords: asuransi kesehatan, perilaku konsumen

PENDAHULUAN

Perusahaan asuransi adalah lembaga keuangan non bank yang menawarkan jasa pelayanan pengalihan risiko baik perorangan, organisasi dan lembaga pada masa yang akan datang. Perkembangan perusahaan perasuransian di Indonesia mengalami perkembangan yang lumayan cepat setelah pemerintah mengeluarkan deregulasi pada tahun 1980an, dan diperkuat dengan keluarnya UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian. Akibat deregulasi, pemerintah memberikan fasilitas dan untuk perizinan. Hal ini mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru dan pada gilirannya akan meningkatkan produksi nasional.

Asuransi kesehatan adalah produk asuransi yang menjamin biaya pengobatan dan perawatan kesehatan lainnya pada saat tertanggung sakit. Biaya pengobatan atau manfaat asuransi kesehatan pada umumnya adalah rawat inap, rawat jalan, dan pembedahan. Pilihan produk asuransi kesehatan yang menawarkan berbagai perlindungan kesehatan dan manfaat asuransi kesehatan untuk Anda dan keluarga.

Mahalnya pelayanan kesehatan dan ketidakberdayaan pemerintah Mengatasinya telah mengembangkan berbagai strategi untuk mengatasi mahal biaya pelayanan kesehatan, termasuk melibatkan swasta dalam pembiayaan pengobatan, khususnya pelayanan pengobatan. Berhasil tidaknya kegiatan pemasaran sangat bergantung pada respon dari konsumen. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan umpan balik konsumen atas kepuasan produk yang ditawarkan dan peningkatan produk, promosi, harga, dan lokasi.

Penjualan polis dapat menjelaskan bagaimana keputusan pembeli untuk membeli produk asuransi kesehatan dibuat. Keputusan Konsumen adalah yang sangat beragam dan ada banyak faktor yang mempengaruhi mereka. Misalnya, budaya, sosial dan keluarga, demografis dan karakteristik psikologis, dan pribadi. Selain itu, keputusan pembeli juga dapat dipengaruhi oleh faktor internal seperti produk, harga dan promosi. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam pemasaran akan lebih berhasil jika memahami faktor-faktor perilaku tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku konsumen sebagai pengadaan, konsumsi, dan perilaku yang terlibat langsung dalam pengadaan, konsumsi, dan konsumsi barang dan jasa. Termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah tindakan tersebut. (Engel, Blackwell dan Miniard; 1994).

Perilaku konsumen menjelaskan bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian dan bagaimana menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa. (Lamb; 2001; 188) Dari sekian banyak dimensi yang mempengaruhi konsumen dapat dilihat dari model perilaku konsumen.

Swasta dan Handoko (2000:10) dapat mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kegiatan individu dan secara langsung terlibat dalam pengadaan dan penggunaan barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan dalam mempersiapkan dan memutuskan kegiatan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis seperti berikut ini :

1. Faktor Kebudayaan, Kotler (2000:161) menyatakan bahwa "Culture is the most fundamental determinant of a person wants and behavior". Dengan demikian faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Budaya terdiri dari, budaya, sub-budaya dan kelas sosial.
2. Budaya adalah faktor penentu dan perilaku yang paling awal, karena budaya diperlukan oleh seseorang untuk dapat hidup bermasyarakat. Budaya terdiri dari beberapa pola perilaku yang terdapat dalam masyarakat. Akan tetapi tidak semua segmen masyarakat mempunyai pola budaya yang sama.
3. Sub-budaya, Setiap budaya akan mempunyai kelompok sub budaya yang lebih kecil yang merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya. Sub-budaya ini ada empat macam, yaitu kelompok kebangsaan, keagamaan, ras dan geografis.
4. Kelas sosial adalah sekelompok dimana relatif homogen dan bertahan dalam masyarakat. Dari jumlah tersebut, disusun dalam urutan, dan semua anggota adalah Level memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.
5. Faktor sosial, Kotler (2000:163) "Social classes relatively homogeneous and enduring divisions in a society, which are hierarchically ordered and whose members share similar values, interests, and behavior". Dengan perilaku seseorang juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok referensi, keluarga, status dan peranan sosial.
6. Kelompok Acuan "A person's reference group consist of all the groups that have a direct (face-to-face) or indirect influence on the person's attitudes or behavior. Groups having a direct influence on a person are called membership groups. Kelompok acuan adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok referensi sangat mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembeliannya, dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertindak laku. Keluarga adalah sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli. Keluarga merupakan kelompok yang paling kuat dan paling awet pengaruhnya terhadap persepsi dan perilaku seseorang. Dimana keluarga sebagai community primer yang artinya suatu kelompok dimana hubungan para anggotanya sangat erat sekali. Peran dan Status adalah sebuah peranan terdiri dari aktivitas yang dilakukan oleh seseorang sesuai dengan perannya dalam kelompok tertentu.
7. Faktor pribadi, yaitu: usia pekerjaan, Situasi Ekonomi Gaya Hidup

Kepribadian dan konsep diri

8. Faktor Psikologis terdiri 4 faktor utama, yaitu motivasi, persepsi, kepercayaan dan sikap. Siswanto Sutojo dan Dr. Fritz Kleinsteuber dalam buku "Strategi Manajemen Pemasaran", perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat macam faktor, yaitu (Sutojo;2003;5): Faktor kebudayaan (cultural faktor), Faktor sosial (social faktor), Faktor orang perorangan (personal faktor), dan Faktor Psikologis (psychological faktor).

Saladin (2006;55) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli adalah:

- a. Faktor kebudayaan (cultural factors): Budaya (culture), Sub-budaya (subculture), Kelas sosial (social class)
- b. Faktor sosial (social factors) : Kelompok referensi (reference groups), Keluarga(family, Peranan dan status (roles and statuses)
- c. Faktor pribadi (personal factors) : Usia dan tahap daur hidup (age and life-cycle stage, Pekerjaan (occupation, Keadaan ekonomi (economic circumstances, Gaya hidup (lifestyle, Kepribadian dan konsep diri (personality and self-concept)
- d. Faktor psikologis (psychological factors) : Motivasi (motivation, Persepsi (perception, Belajar (learning), Kepercayaan dan sikap (beliefs and attitudes)

Konsumen dalam melakukan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor pemasaran seperti produk, harga, promosi dan distribusi. Faktor produk meliputi, mutu, kemasan, merk. Jaminan/garansi, serta pelayanan. Dari faktor harga, meliputi harga yang sesuai dengan mutu, sesuai dengan keadaan pesaing, harga sesuai dengan keadaan ekonomi dll.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, penelitian yang analisis nya tidak dilakukan dengan prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan hanya melakukan penelitian dengan analisis data dan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dari beberapa responden yang berumur 41 tahun ke atas, sarjana, menikah, laki-laki, sudah menikah, Pekerjaan Pegawai Swasta dan Pengusaha. Ini karena produk asuransi sesuai dengan pengalihan risiko ke perusahaan asuransi, umumnya dibeli oleh kelompok yang didirikan dari kelas menengah ke atas atau perspektif keluarga dan bisnis.

Hasil penelitian dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian polis. Hasil dari faktor sosial menunjukkan bahwa responden mempengaruhi pembelian polis adalah keluarga dan lingkungan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar responden mengatakan bahwa faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor produk, dan faktor premi memiliki pengaruh yang kuat terhadap responden dalam membeli polis asuransi kesehatan. Dapat disimpulkan bahwa kami memiliki dinyatakan. Faktor promosi adalah faktor responden berpengaruh signifikan terhadap pembelian polis asuransi.

Saran untuk perusahaan asuransi agar meningkatkan produk dan promosi supaya para konsumen lebih tertarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arizal,N,M.Uyup Jas, Seswandi Agus. 2015. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Polis Asuransi Jiwa Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Pekanbaru (Studi Kasus). Vol. 12, No.2, hal :157-165. diakses 17-12-2021
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary.2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Maksum Sofuwani Tri, Nurrahmi Maftuhah. 2015. Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada PT. Sequislife Insurance Cabang Palembang. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 5 No. 1. diakses 17-12-2021
- Milka Nasrul Arista. 2014. Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa. Skripsi : Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Nurmawati. 2018. Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian, Penerbit : Media Nusa Creative, Malang.
- Prameswari, Nanda Putridan Sri Rahayu Tri Astuti (2011) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Asuransi Prudential di Kota Semarang. (online) (<http://eprints.undip.ac.id/30940/>)
- Purnama, Husna. (2006). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Jasa Layanan Asuransi Kesehatan pada PT Asuransi Kesehatan Cabang Bandar Lampung. Jurnal Sains dan Inovasi II (2): 131-137. (Online) (<https://jurnalsainsinovasi.files.wordpress.com/2013/05/6-husna-purnama.pdf>)
- Saragih Hotmatua. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Asuransi Jiwa pada PT Asuransi

Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam

Volume 21 Nomor 1 (2022) 74-78 P-ISSN 1411-7673 E-ISSN 2776-5571

DOI: 10.17467/mk.v21i1.881

Bumiputera 1912 cabang Pekanbaru, diakses 18-12-2021

Supriyanto Stepanus, Ernawaty, Endra Budi Febri. 2018. Sistem Pembiayaan dan Asuransi Kesehatan, penerbit : Zifatama Jawara, Sidoarjo.

Widagdo Bambang dan Puji Lestari Novi. 2018. Manajemen & Risiko Asuransi, Penerbit : UMM Press, Malang.