

## ABSTRAK

Peran Agen Dalam Pemasaran Produk Asuransi Syari'ah di Kota Banyuwangi. Jiswatin Aliyah (2022) Laporan Tugas Akhir, Program Studi D-3 Asuransi Kesehatan, Jurusan Kesehatan Terapan, Politeknik Kesehatan Kemenkes Malang. Pembimbing (Utama) Ayu Tyas Purnamasari, M.K.M., (Pendamping) Herlinda Dwi Ningrum, S.Kep, Ns, MPH.

**Kata Kunci:** Peran Agen, Pemasaran, Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu hal final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli barang atau jasa dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembeli yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Hal ini yang menjadi seorang agen harus menguasai pemahaman tentang asuransi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran agen dalam pemasaran produk asuransi syariah terhadap minat nasabah dan keputusan pembelian di Agen Asuransi PT Prudential Syari'ah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif studi kasus dengan wawancara mendalam. Pemilihan informan menggunakan metode purposive pada 3 agen PT. Prudential Life Assuranse di Banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam perusahaan asuransi syariah sistem keagenan memiliki peranan yang sangat penting. Tanpa agen perusahaan tidak akan berjalan dengan baik maka dari itu agen harus dapat meningkatkan pemasaran produk asuransi syariah. Keberhasilan suatu perusahaan dan fungsi marketing tergantung pada tingkat tertentu atau pada *performence* dari para agen-agensya. Dalam meningkatkan nasabah, seorang agen berperan memperluas pasar, terutama untuk masyarakat yang masih banyak yang belum mengetahui atau menggunakan jasa asuransi syariah melalui sosialisasi langsung. Agen asuransi syariah juga berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja agen dalam persaingan bisnis asuransi di Indonesia. Bagi Peneliti selanjutnya harus meningkatkan agen asuransi dalam memasarkan produk melalui pasar baru atau lama.

## **ABSTRAK**

*The Role of Agents in Marketing Sharia Insurance Products in Banyuwangi City. Jiswatin Aliyah (2022) Final Project Report, D-3 Health Insurance Study Program, Department of Applied Health, Health Polytechnic of the Ministry of Health Malang. Supervisor (Main) Ayu Tyas Purnamasari, M.K.M., (Companion) Herlinda Dwi Ningrum, S.Kep, Ns, MPH.*

**Keywords:** *Agent Role, Marketing, Purchase Decision*

*The purchase decision is a final thing that a consumer has to buy goods or services with certain considerations. Buyer decisions made by consumers describe how far marketers are in an effort to market a product to consumers. This is what becomes an agent must master the understanding of sharia insurance. This study aims to determine the role of agents in marketing sharia insurance products to customer interest and purchasing decisions at PT Prudential Syari'ah Insurance Agents. This type of research is a case study qualitative research with in-depth interviews. Selection of informants using the purposive method on 3 agents of PT. Prudential Life Assurance in Banyuwangi. The results showed that in Islamic insurance companies the agency system has a very important role. Without an agent the company will not run well, therefore agents must be able to increase the marketing of sharia insurance products. The success of a company and its marketing function depends on a certain level or on the performance of its agents. In increasing customers, an agent plays a role in expanding the market, especially for many people who still do not know or use sharia insurance services through direct socialization. Sharia insurance agents also play a role in maintaining and improving agent performance in the insurance business competition in Indonesia. For further researchers, it is necessary to increase insurance agents in marketing products through new markets or old markets.*