

ABSTRAK

Lingkungan bisnis serta bentuk usaha di Indonesia pun mengalami perubahan terutama di bidang asuransi. Dengan meningkatnya perusahaan asuransi dan dukungan masyarakat yang mulai sadar akan pentingnya asuransi. Hal ini disadari oleh perusahaan Asuransi BNI *Life* yang saat ini penjualan dari tahun 2013 sampai 2017 semakin meningkat. Dengan meningkatnya penjualan maka dilakukannya penelitian ini dengan tujuan mengetahui dan menganalisis bagaimana Kualitas Layanan *Optima Group Health*, bagaimana Minat Beli Nasabah Asuransi BNI *Life* Jakarta, dan besarnya pengaruh Kualitas Layanan *Optima Group Health* Terhadap Minat Beli Nasabah Asuransi BNI *Life* Jakarta.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausal dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Variabel independen yaitu Kualitas Layanan *Optima Group Health* dan variabel dependen yaitu Minat Beli Nasabah. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan jenis *Aksidental sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang sudah melakukan pembelian Asuransi Produk *Optima Group Health*.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan *Optima Group Health* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli di BNI *Life* Jakarta. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana diperoleh nilai $Y = 1,334 + 0,271 X$ sehingga nilai koefisien regresi (b) sebesar + 0,271. Hal ini berarti, setiap peningkatan 1 kualitas Layanan di prediksi dapat meningkatkan minat beli sebesar 0,271. Dari analisis koefisien determinasi, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas Layanan berpengaruh yang signifikan terhadap minat beli sebesar 62,9% sedangkan sisanya 37,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan untuk meningkatkan Pengaruh Kualitas Layanan *Optima Group Health* terhadap Minat beli maka BNI *Life* harus memberikan standart kualitas asuransi dan mempertahankan hubungan baik dengan konsumen agar minat beli konsumen tidak pindah ke perusahaan lain.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Minat Beli, Faktor –faktor yang mempengaruhi Minat Beli, Asuransi.