

INTI SARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh harga, kualitas produk, dan kepuasan nasabah terhadap keputusan pembelian kembali polis asuransi pada PT AXA Mandiri Financial Services. Peningkatan taraf hidup masyarakat telah menggeser kebutuhan dari yang sekadar fisiologis menjadi kebutuhan akan rasa aman dan perlindungan melalui asuransi. AXA Mandiri, yang telah berdiri sejak 2003, berhasil menarik minat nasabah dengan menawarkan produk asuransi yang berkualitas dan layanan yang memuaskan. Pada tahun 2023, PT AXA Mandiri mencatatkan keuntungan sebesar Rp1,33 triliun, meningkat 13,2% dari tahun 2022 yang sebesar Rp1,17 triliun, didorong oleh peningkatan premi dari nasabah lama sebesar 5,2%. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data dari survei terhadap nasabah AXA Mandiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang kompetitif, kualitas produk yang baik, dan kepuasan nasabah secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah untuk melakukan pembelian kembali polis asuransi. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi perusahaan asuransi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan nasabah melalui penawaran produk yang kompetitif, berkualitas tinggi, dan layanan yang memuaskan, AXA Mandiri dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah dalam jangka panjang serta memperkuat posisinya di industri asuransi Indonesia.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah, Keputusan Pembelian Kembali, Asuransi, PT AXA Mandiri Financial Services, Loyalitas Nasabah, Strategi Pemasaran, Premi Asuransi, Industri Asuransi Indonesia.

ABSTRACT

This study aims to identify the influence of price, product quality, and customer satisfaction on the decision to repurchase insurance policies at PT AXA Mandiri Financial Services. The improvement in the standard of living has shifted needs from merely physiological to the need for security and protection, which can be met through insurance. AXA Mandiri, established in 2003, has successfully attracted customers by offering quality insurance products and satisfactory services. In 2023, PT AXA Mandiri reported a profit of Rp1.33 trillion, an increase of 13.2% from Rp1.17 trillion in 2022, driven by a 5.2% increase in premiums from existing customers. This study uses a quantitative method with data analysis from surveys conducted among AXA Mandiri customers. The results show that competitive pricing, good product quality, and customer satisfaction significantly influence customers' decisions to repurchase insurance policies. These findings are expected to provide strategic insights for insurance companies to improve customer satisfaction and loyalty and develop more effective marketing strategies. By focusing on meeting customer needs through competitive, high-quality products and satisfactory services, AXA Mandiri can maintain and enhance customer loyalty in the long term, strengthening its position in the Indonesian insurance industry.

Keywords: *Price, Product Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Decision, Insurance, PT AXA Mandiri Financial Services, Customer Loyalty, Marketing Strategy, Insurance Premium, Indonesian Insurance Industry*