

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi atribut apa saja yang dijadikan pertimbangan konsumen untuk mengambil atau tidak mengambil polis asuransi jiwa. Menganalisis posisi perusahaan asuransi jiwa yang menjadi obyek penelitian menurut persepsi konsumen dalam mengambil polis asuransi jiwa di Yogyakarta

Obyek penelitian adalah AIG Life, Central Asia Raya, Eka Life dan Prudential Life. Populasinya penelitian ini adalah anggota masyarakat yang mempunyai salah satu polis asuransi jiwa dari empat asuransi yang diteliti. Sampel adalah sebagian dari populasi sebanyak 100 responden. Teknik mengambil sampel menggunakan teknik *convenience sampling*, yaitu memilih anggota populasi yang paling mudah untuk ditemui dan dimintai informasi. Alat analisis menggunakan analisis faktor dan analisis MDS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa asuransi Central Asia Raya, Eka Life dan Prudential Life mempunyai kelebihan/keunggulan dalam atribut layanan, profil, klaim, manfaat, produk, kemampuan ekonomi dan investasi. Sedangkan produk asuransi AIG Life mempunyai kelebihan/keunggulan dalam atribut agen, benefit, proteksi dan premi. Asuransi Central Asia Raya, Eka Life dan Prudential Life mempunyai tempat dibenak konsumen melalui atribut yang lebih banyak dibandingkan AIG Life. Atribut-atribut yang berperan penting dalam pembentukan positioning masing-masing asuransi adalah layanan, profil, klaim, manfaat, produk, kemampuan ekonomi, investasi, agen, benefit, proteksi dan premi.