

A B S T R A K S I

Di dalam melakukan aktivitas pemasaran, PT. Asuransi Jiwa Eka Life, Surabaya kurang memperhatikan faktor-faktor lain diluar faktor kependudukan yang sebenarnya lebih mendukung bagi calon konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan dalam membeli polis asuransi jiwa PT. Asuransi Jiwa Eka Life.

Faktor-faktor lain yang lebih mendukung calon konsumen dalam membeli polis asuransi jiwa adalah faktor psikografis/life-style serta faktor persepsi terhadap bauran pemasaran dimana faktor ini lebih mendukung bagi aparat pemasaran dalam mengidentifikasi calon konsumen yang tepat bagi produk ini.

Oleh karena itu, untuk mengetahui atau mengidentifikasi life-style calon konsumen dan sekaligus mengetahui persepsinya terhadap bauran pemasaran adalah dengan mengadakan penelitian terhadap motivasi-motivasi dari para konsumen yang saat ini/sedang/pernah menjadi pemegang polis asuransi jiwa di PT. Asuransi Jiwa Eka Life, Surabaya sehingga dapat diketahui ciri-ciri yang paling mendekati bagi calon konsumen yang tepat bagi pemasaran produk asuransi ini.