# INTISARI

Penelitian ini di latar belakangi oleh minat nasabah pada asuransi syariah. Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat rendah jika dibandingkan dengan negara lain. Padahal di Indonesia potensi pasar industri asuransi syariah untuk berkembang sangat besar, mengingat mayoritas (80%) penduduk Indonesia beragama Islam. Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah asuransi syariah, sampel diambil sebanyak 96 responden dengan teknik *nonprobability sampling*. Pengumpulan data melalui kuisioner skala likert 1-5, teknik analisis data menggunakan uji instrumen, asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pelayanan berpegaruh dan signifikan, promosi berpengaruh tidak signifikan dan produk berpengaruh tidak signifikan. Secara simultan pelayanan, promosi dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

**Kata kunci :** Pelayanan, Produk, Promosi, Minat Nasabah

# *ABSTRACT*

This research is motivated by the interest of customers on syariah insurance.The level of awareness of Indonesians in insurance is still very low compared to other countries.Whereas in Indonesia the market potential of the syariah insurance industry to grow very large,because the majority (80%) of the population of Indonesia is Muslim.This research uses quantitative descriptive method.The population in this study is syariah insurance customers, samples were taken from 96 respondents with nonprobability sampling technique. Data collection through questionnaires likert scale 1-5,data analysis techniques use instrument test, classical assumption and hypothesis test.The results of this study indicate that partially services have an effect on and significant. promotion is not significant and product has no significant effect. Simultaneously services, promotions and products have a positive and significant impact on customer interest.


**Keywords:** Service, Product, Promotion, Interest of Customer