

Persepsi terhadap sikap dan minat pengguna layanan internet pada perusahaan jasa asuransi

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20408004&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor persepsi terhadap sikap dan minat konsumen dalam hal ini nasabah asuransi untuk menggunakan layanan internet asuransi. Teknologi internet yang makin berkembang baik penggunaannya dan jumlah penggunanya di Indonesia yaitu 55 juta orang pada tahun 2012, memberikan peluang bisnis yang baik. Pada industri jasa keuangan maka industri asuransi masih baru pada tahapan awal dalam menyediakan jasa layanan produk-produk asuransi. Dengan adanya perbedaan karakteristik dari transaksi jasa layanan menggunakan media internet dibandingkan layanan transaksi langsung, merupakan suatu hal yang penting bagi pihak perusahaan jasa asuransi untuk lebih memahami hal-hal apa yang dapat mempengaruhi konsumen mereka dalam menentukan keputusan menggunakan jasa layanan transaksi internet. Metode yang digunakan untuk menganalisa pengolahan data adalah dengan SEM (Structural Equation Modelling) dengan menggunakan perangkat lunak LISREL 8.70. Penelitian ini menemukan bahwa ada pengaruh dari faktor-faktor persepsi kepercayaan, kegunaan, dan kemudahan penggunaan terhadap sikap nasabah yang kemudian mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan internet asuransi. Juga ditemukan bahwa tidak adanya pengaruh dari faktor persepsi kepercayaan terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan transaksi internet asuransi.