

## ABSTRAK

Asuransi merupakan salah satu jasa yang termasuk dalam kategori jasa yang memiliki intensitas kontak yang rendah atau biasa disebut *low contact service*. Asuransi sendiri melihat dari definisi nya adalah suatu bentuk manajemen potensi resiko dari hal-hal yang tak terduga seperti kerugian, kematian, kehilangan, kesehatan dan lain sebagainya. Asuransi memungkinkan individu, bisnis dan entitas lain untuk dapat melindungi diri dari potensi kerugian yang signifikan dan kesulitan keuangan pada tingkat yang cukup terjangkau. Di Indonesia banyak sekali perusahaan asuransi yang berlomba untuk memberikan jasa proteksi tersebut, karena melihat kesadaran masyarakat Indonesia yang belum terlalu tinggi dibandingkan dengan Negara-negara lain di luar sana.

Hipotesis penulis yang pertama menduga bahwa variabel karakteristik jasa berpengaruh terhadap keputusan konsumen dengan nilai  $t_{hitung} 7,293 > t_{tabel} 1,660$ , Karakteristik jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen  $t_{hitung} 10,974 > t_{hitung} 1,660$ , dan keputusan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung} 9,124 > t_{tabel} 1,660$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa karakteristik jasa berpengaruh terhadap keputusan konsumen, karakteristik jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan keputusan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci: Karakteristik Jasa, Keputusan Konsumen, Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

Insurance is one of the services included in the category of services that have a low intensity of contact or so-called low contact service. Insurance itself seen from its definition is a form of management of potential risks of unexpected things such as loss, death, illness, health and so forth. Insurance allows individuals, businesses and other entities to be able to protect themselves from potential significant losses and financial difficulties at a fairly affordable rate. In Indonesia a lot of insurance companies are competing to provide protection services, because they see the awareness of Indonesian society that is not too high compared with other countries out there.

The first hypothesis of the authors suspect that the variables characteristics of services affects consumer decisions with the value of  $t_{count} 7.293 > t_{table} 1.660$ , Characteristics of service influence on customer satisfaction  $t_{hitung} 10.974 > t_{c1,660}$ , and consumer decisions affect the satisfaction of consumers with the value  $t_{count} 9.124 > t_{table} 1.660$  then  $H_0$  rejected and  $H_1$  accepted. It can be concluded that the characteristics of services affect consumer decisions, service characteristics affect consumer satisfaction, and consumer decisions affect customer satisfaction.

**Keywords: Service Characteristics, Consumer Decision, Consumer Satisfaction**