

## ABSTRAK

### RANCANGAN STRATEGI PEMASARAN ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR PT ASURANSI XYZ PERIODE 2018-2020

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran yang tepat untuk produk asuransi kendaraan bermotor asuransi XYZ sehingga dapat memperoleh posisi yang lebih baik di dalam industri asuransi kendaraan bermotor. Sumber bisnis perusahaan ini bergantung dari *captive*, sehingga perusahaan saat ini tidak memiliki kegiatan pemasaran. Sementara itu kondisi eksternal sangat memberikan peluang untuk mengembangkan bisnis asuransi kendaraan bermotor.

Penulisan ini termasuk dalam jenis penelitian *exploratory research design* di mana informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman terkait dengan *brand awareness, brand image & consumer decision making* pada asuransi kendaraan bermotor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *awareness* masyarakat terhadap asuransi XYZ hanya sebesar 28% dari total responden sedangkan *top of mind* adalah asuransi Astra Buana. Selain itu juga diketahui bahwa responden dalam memilih asuransi kendaraan bermotor berfokus pada bengkel rekanan yang tersebar, harga yang kompetitif, dan proses klaim yang mudah

Kata Kunci : strategi pemasaran, asuransi kendaraan bermotor, *awareness, brand image, consumer decision making*.

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY FOR MOTOR VEHICLE INSURANCE AT ASURANSI XYZ COMPANY PERIOD 2018-2020**

This research aims to design the right marketing strategy for asuransi XYZ especially for motor vehicle insurance products so they can obtain a better position in the motor vehicle insurance industry. The company's business source is rely on captive, so currently the company does not have any marketing activities. Meanwhile, external conditions provide opportunities to develop motor vehicle insurance business.

This thesis is included in the exploratory research design type in which the information required in this study aims to gain insight and understanding related to brand awareness, brand image & consumer decision making on motor vehicle insurance.

The result of research shows that the awareness level of asuransi XYZ insurance is only 28% of the total respondents while the top of mind is the insurance of Astra Buana. It is also known that the respondents in choosing motor vehicle insurance focuses on distributed workshops spread, competitive prices, and easy claiming process.

Keywords : Marketing strategy, motor vehicle insurance, brand awareness, brand image, consumer decision making.