

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah terjadinya penurunan penjualan pada PT Avrist Assurance di Semarang pada periode 2008-2011. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa pada PT Avrist Assurance.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan 80 sampel dari nasabah PT Avrist Assurance. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis termasuk uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Terdapat hubungan positif yang signifikan antara dua variabel (Harga dan Kualitas Layanan) dalam Keputusan Pembelian pada PT Avrist Assurance. Variabel dependen, Keputusan Konsumen Pembelian, dapat dijelaskan oleh semua variabel independen yaitu promosi, harga dan kualitas jasa sebesar 47,5%. Harga memiliki pengaruh terbesar dari variabel independen lain yaitu sebesar 0,439. Sementara sisanya 52,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, PT Avrist Assurance.