

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, promosi, harga, citra perusahaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian asuransi kendaraan bermotor di DKI Jakarta. DKI Jakarta mendapatkan premi asuransi terbesar dengan persentase sebesar 60,79 atas premi asuransi kendaraan bermotor nasional dari perusahaan asuransi umum yang ada di DKI Jakarta. Oleh karena itu, penulis memilih DKI Jakarta sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari 272 responden. Kriteria responden yang digunakan yakni: (1) memiliki kendaraan bermotor; (2) berada di DKI Jakarta, kecuali Kepulauan Seribu. Tingkat kepercayaan atas responden sebesar 90%. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas, menggunakan analisis faktor, uji reliabilitas, uji analisis regresi berganda dan uji hipotesis (uji F dan Uji t). Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan, promosi, harga, citra perusahaan, dan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 24,532 dan  $P_{value} < 0.05$  artinya faktor kualitas layanan, promosi, harga, citra perusahaan, dan produk itulah yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah faktor kualitas layanan, promosi, harga, citra perusahaan, dan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi kendaraan bermotor di DKI Jakarta.

**Kata kunci:** Asuransi kendaraan bermotor, keputusan pembelian, harga, kualitas layanan, promosi, citra perusahaan, kualitas produk.

## ABSTRACT

This thesis aims to determine the effect of service quality, promotion, price, corporate image and product quality toward insurance purchasing decisions of a motor vehicle insurance in DKI Jakarta. DKI Jakarta have gotten the biggest insurance premiums from insurance companies in Jakarta with a percentage of 60,79% of the national motor vehicle insurance premium. Therefore, the authors chose DKI Jakarta as the research object. This research used primary data obtained from 272 respondents. The criteria of the respondents are: (1) have a motor vehicle; (2) located in Jakarta, except for Kepulauan Seribu. The reliability of respondent is 90%. Data analysis was conducted by using validity test, using factor analysis, reliability test, multiple regression test analysis and hypothesis tests (F-test and t-test). The analysis showed that the service quality, promotion, price, corporate image and product have a significant effect on purchasing decisions with value of  $F_{cal}$  as much as 24,532 and  $P_{value} < 0,05$ . It means that service quality, promotion, price, corporate image dan product are having a significant effect on the purchase decision. The conclusion of this research is the service quality, promotion, price, corporate image and product have a significant effect on purchasing decision vehicle insurance in Jakarta.

Keywords: Motor vehicle insurance, purchasing decisions, price, quality of service, promotion, corporate image, product quality