

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai analisis faktor-faktor bauran pemasaran dalam mempengaruhi perilaku konsumen pada keputusan pembelian produk Unit Link pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas. Data yang diperoleh melalui survei dengan menyebarluaskan kuesioner kepada nasabah yang telah membeli produk Unit Link pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas pada tahun 2009 yang berada di wilayah Jakarta pada area Pluit yaitu sebanyak 60 kuesioner. Metode yang digunakan adalah hasil analisis faktor.

Dari hasil olah kuesioner dengan analisis faktor menunjukkan bahwa ada 4 variabel yang dianalisis dapat direduksi menjadi 2 faktor yaitu faktor promosi dan faktor produk dimana faktor ini bila dijabarkan lebih lanjut merupakan kombinasi antara produk, harga dan distribusi, faktor ini saling berhubungan antar yang satu dengan yang lain sehingga tidak menghasilkan pernyataan yang paling dominan.

