

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kekuatan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *bancassurance* PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Di Wilayah Jakarta 3. Dimana populasi yang didapat dari Januari 2015 sampai Desember 2015, serta sampel penelitian yang didapat sebesar 95 nasabah. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan citra merek. Variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Data dikumpulkan langsung dari responden dengan wawancara dan survei dan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisa data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung (uji T) juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa dan adanya pengaruh secara simultan kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *bancassurance* PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Di Wilayah Jakarta 3.

Kata Kunci : Kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This research aims to know the influence of the quality of the product and the power of the brand image of bancassurance products purchase of PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Jakarta area 3. Where the population obtained from January 2015 until December 2015, as well as research samples obtained of 95 customers. The independent variable in this research is the quality of the products and brand image. The variable dependen is the purchasing decision. The data are collected directly from respondents with interviews and surveys and by using a descriptive quantitative approach. Therefore, analysis of the data used is statistical analysis in the form of multiple linear regression test.*

*The results showed that partially and simultaneous, variable product quality not influential significantly against purchasing decisions, while brand image had a significant influence towards purchasing decisions. This is evidenced from the simultaneous test results (test F) and partial test results also showed significant values of the three variables which support (test T) also showed significant values of the three variables which support the hypothesis. Therefore the test results from the study stated that the simultaneous existence and influence product quality and brand image of bancassurance products purchase of PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Jakarta area 3.*

*Keyword: product quality, brand image and purchasing decisions*

