

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model yang komprehensif dengan mengukur pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologi pada keputusan konsumen dalam membeli produk asuransi *bancassurance*. Penelitian ini menerapkan desain penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei. Pengambilan sampel menggunakan *convinient sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan pendekatan model persamaan struktural (*structural equation modeling*) – Lisrel untuk menguji pengaruh signifikansi dari keseluruhan model dan jalur yang telah ditentukan sebelumnya. Temuan menunjukkan bahwa faktor budaya dan sosial memiliki hubungan positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi *bancassurance*. Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa faktor pribadi dan psikologi memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi *bancassurance*.

Kata kunci:

Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The purpose of this study is to develop a comprehensive model by measuring the influence of cultural, social, personal and psychological on consumer decisions in purchasing decisions for bancassurance. This research applies a descriptive research design using survey methods. Sampling uses convenient sampling as a sampling technique. This study uses the structural equation modeling approach - Lisrel to test the influence of the significance of the overall model and predetermined pathway. The findings show that cultural and social factors have a positive relationship but do not have a significant effect on purchasing decisions for bancassurance. Further findings show that personal and psychological factors have a positive relationship and have a significant influence on purchasing decisions for bancassurance.

Keyword:

Cultural, Social, Personal, Psychological, Purchasing Decisions

