

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan gambaran promosi, tingkat kepercayaan dan Keputusan Pembelian Produk Asuransi pada BUMIDA Cabang Jambi dan menjelaskan pengaruh promosi dan tingkat kepercayaan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk asuransi. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Dari hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya yaitu gambaran promosi memiliki kategori baik. gambaran tingkat kepercayaan nasabah asuransi memiliki kategori tinggi dan gambaran keputusan pembelian nasabah terhadap produk asuransi memiliki kategori tinggi. Promosi dan Tingkat Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk asuransi. Promosi dan Tingkat Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk asuransi.

Kata Kunci : Promosi, Tingkat Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to explain the description of promotion, level of trust and decision to purchase insurance products at BUMIDA Jambi Branch and explain the partial influence of promotion and level of trust on the decision to purchase insurance products. The analytical tool used is multiple linear regression. From the results of previous research and discussions, the promotional picture has a good category. The description of the level of trust of insurance customers is in the high category and the description of customer purchasing decisions for insurance products is in the high category. Promotion and Trust Level together have a significant influence on the decision to purchase insurance products. Promotion and level of trust partially have a significant effect on the decision to purchase insurance products.

Keywords: *Promotion, Level of Trust, Purchase Decision.*