

ABSTRAK

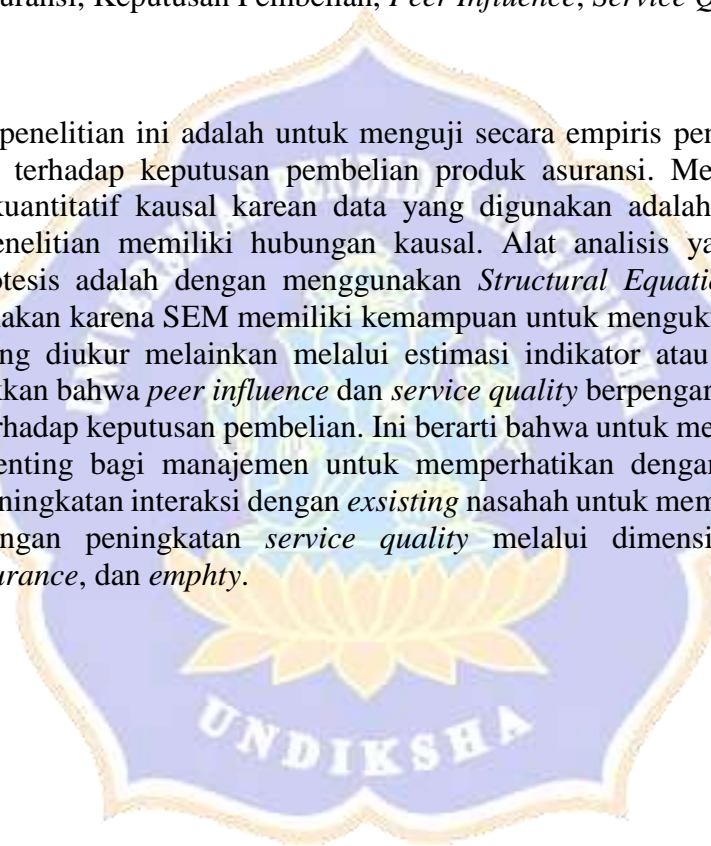
Laksmi, Made Sri (2022), *Pengaruh Peer Influence Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi (Studi Kasus PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja)*

Tesis, Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I : Dr. Wayan Bagia, M.Si dan Pembimbing II: Trianasari, MM., Ph.D.

Kata-kata kunci: Asuransi, Keputusan Pembelian, *Peer Influence*, *Service Quality*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh *peer influence* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian produk asuransi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal karena data yang digunakan adalah data kuantitatif dan variable-variabel penelitian memiliki hubungan kausal. Alat analisis yang digunakan untuk melakukan uji hipotesis adalah dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Analisis SEM digunakan karena SEM memiliki kemampuan untuk mengukur variabel laten yang tidak secara langsung diukur melainkan melalui estimasi indikator atau parameternya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *peer influence* dan *service quality* berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Ini berarti bahwa untuk meningkatkan penjualan produk asuransi, penting bagi manajemen untuk memperhatikan dengan baik variabel *peer influence* melalui peningkatan interaksi dengan *existing* nasabah untuk memperoleh nasabah baru serta didukung dengan peningkatan *service quality* melalui dimensi *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphthy*.



ABSTRAK

Laksmi, Made Sri (2021), *The Effect of Peer Influence and Service Quality on Insurance Product Purchase Decisions (Case Study of PT. Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Singaraja Branch)*
Tesis, Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Dr. Wayan Bagia, M.Si dan Pembimbing II: Trianasari, MM., Ph.D.

Keywords: Assurance, Purchase Decision, Peer Influence, Service Quality

The purpose of this study is to empirically examine the role of peer influence and service quality on purchasing decisions of insurance products. The research method used is causal quantitative because the data used are quantitative data and the research variables have a causal relationship. The analytical tool used to test the hypothesis is to use Structural Equation Modelling (SEM). SEM analysis is used because SEM has the ability to measure latent variables that are not directly measured but through the estimation of indicators or parameters. The results show that peer influence and service quality have an effect either partially or simultaneously on purchasing decisions. This means that in order to increase sales of insurance products, it is important for management to pay close attention to the variables of peer influence and service quality.

