

ABSTRAK

Banyaknya perusahaan-perusahaan asuransi yang ada dipasar saat ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam merebut pangsa pasar jasa perlindungan jiwa dimana masing-masing perusahaan saling berlomba-lomba untuk menawarkan berbagai macam produk alternatif pilihan baik dari kategori asuransi *term*, *endowment* maupun *whole life*, sehingga calon konsumen dapat mempunyai banyak alternatif pilihan yang menyebabkan situasi di pasar menjadi semakin kompetitif. Demikian juga halnya seperti PT. AIG LIPPO yang mengalami tantangan persaingan baik dari perusahaan lokal maupun dari perusahaan PMA sejenis.

Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam menghadapi perkembangan yang terjadi adalah dengan cara membangun image perusahaan dalam masyarakat sebagai salah satu perusahaan asuransi yang sehat dan kompeten dalam menyelesaikan setiap kewajibannya kepada *customer* dan mempertahankan pangsa pasar yang telah dimiliki saat ini.

Untuk membuktikan apakah variabel yang diteliti (kualitas dan mutu perusahaan, harga, pelayanan, spesifikasi produk, sumber informasi) mempengaruhi keputusan pembelian, maka digunakan rata-rata hitung, standar deviasi, analisis regresi linier berganda, uji T, uji F. Dari hasil analisis terbukti bahwa kelima variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.