

ABSTRAK

Ardiyani Riza Pahlevi (1720210140). Pengaruh Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah pada Prudential RBT Team Jepara.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan dan hubungan masyarakat terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah pada prudential rbt team jepara. Metode yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kali ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan teknik *random sampling* dengan sample sebanyak 95 orang pembeli pada nasabah prudential rbt team jepara .

Hasil penelitian menunjukkan promosi penjualan (X_1) mempengaruhi keputusan nasabah (Y) pada PT Prudential RBT Team Jepara, hal ini sesuai dengan hasil dari uji t ($4.142 > 1,661$) dengan nilai probabilitas $(0,00) < (0,05)$. Kesimpulan yang bisa diambil adalah adanya pengaruh dari variabel promosi penjualan terhadap keputusan nasabah pada PT Prudential RBT Team Jepara. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya hipotesis dapat diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa promosi penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hasil penelitian menunjukkan hubungan masyarakat (X_2) mempengaruhi keputusan nasabah (Y) pada PT Prudential RBT Team Jepara, hal ini sesuai dengan hasil dari uji t ($3.557 > 1,661$) dengan nilai probabilitas $(0,01) < (0,05)$. Kesimpulan yang bisa diambil adalah adanya pengaruh dari variabel hubungan masyarakat terhadap keputusan nasabah pada PT Prudential RBT Team Jepara. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya hipotesis dapat diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa hubungan masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, dan Keputusan Nasabah