

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA**

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM

DAFTAR NO. :

ABSTRAK

SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM

NAMA : Terry Nugraha I

NIM : 040914083

TAHUN PENYUSUNAN : 2016

JUDUL :

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ASURANSI SYARIAH MANULIFE (STUDI PADA NASABAH ASURANSI JIWA MANULIFE SURABAYA)

ISI : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh perilaku konsumen Muslim terhadap keputusan pembelian . Metode yang dipergunakan adalah kuantitatif dimana penelitian ini menggunakan data yang struktural sehingga mudah dipahami oleh peneliti karena peneliti menggunakan alat bantu seperti alternatif jawaban dan pemberian score (nilai) sehingga data yang didapat mampu menjawab pertanyaan dari rumusan masalah ini.

Subjek penelitian ini bertujuan agar faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi konsumen Muslim dalam hal ini konsumen produk asuransi syariah di Manulife Surabaya memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian prduk asuransi syariah dengan jumlah responden 60 orang dan penelitian ini menggunakan analisis *SPSS*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologi konsumen Muslim memberikan pengaruh positif dan secara signifikan kepada keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi diperoleh 0,00, nilai ini lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut muncul karena konsumen yang menggunakan faktor psikologi konsmuen Muslim dalam mengkonsumsi atau membeli produk asuransi syariah di Manulife Surabaya karena mengharap keberkahan dan ridho dari Allah SWT

Kata kunci: *konsumen Muslim, keputusan pembelian, asuransi syariah, konsumen.*