

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Pengembangan Teori.....	10
1.4.2 Terapan Ilmu	11
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	11
1.5.1 Lokasi Penelitian	11
1.5.2 Waktu Penelitian	11
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Partnership Marketing</i>	12
2.1.1.1 Dimensi <i>Partnership Marketing</i>	18
2.1.2 <i>Personal Selling</i>	21
2.1.2.1 Dimensi <i>Personal selling</i>	33
2.1.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	34
2.1.3.1 Dimensi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	40
2.1.4 Penjualan	43
2.1.4.1 Dimensi Penjualan.....	46
2.1.5 Asuransi.....	48
2.1.6 Hasil Penelitian Terdahulu	52
2.2 Kerangka Pemikiran.....	59
2.3 Hipotesis.....	64

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	66
3.1.1	Sejarah BRI <i>Insurance</i>	66
3.2	Metode Penelitian.....	66
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	67
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	69
3.2.2.1	Jenis Data dan Sumber Data	70
3.2.2.2	Instrumen Pengumpulan Data.....	70
3.2.2.3	Populasi dan Sampel Penelitian	71
3.2.3	Model Penelitian.....	73
3.2.4	Teknik Analisis Data	74
3.2.4.1	Analisis Deskriptif Kuesioner	74
3.2.4.2	Metode <i>Succesive Interval</i>	76
3.2.4.3	Uji Alat Pengumpulan Data	77
3.2.4.4	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	78
3.2.4.5	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	80
3.2.4.6	Pengujian Hipotesis	80
3.2.4.7	<i>Sobel Test</i> (Uji Mediasi)	82

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENELITIAN

4.1	Hasil Penelitian	85
4.1.1	<i>Partnership Marketing</i> pada PT. BRI <i>Insurance</i> Kota Tasikmalaya	85
4.1.2	<i>Personal Selling</i> pada PT BRI <i>Insurance</i> Kota Tasikmalaya.....	89
4.1.3	<i>Customer Relationship Marketing</i> pada PT BRI <i>Insurance</i> Kota Tasikmalaya	93
4.1.4	Penjualan Polis Asuransi pada PT BRI <i>Insurance</i> Kota Tasikmalaya	97
4.1.5	Analisis Statistik	101
4.1.5.1	Pengaruh <i>Partnership Marketing</i> dan <i>Personal Selling</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Relationship Marketing</i> pada PT BRI <i>Insurance</i> Kota Tasikmalaya	102
4.1.5.2	Pengaruh <i>Partnership Marketing</i> , <i>Personal Selling</i> dan <i>Customer</i> <i>Relationship Marketing</i> terhadap Penjualan Polis Asuransi pada PT BRI <i>Insurance</i> Kota Tasikmalaya	104

4.1.5.3	Pengaruh <i>Partnership Marketing</i> dan <i>Personal Selling</i> terhadap Penjualan Polis asuransi melalui <i>Customer Relationship Management</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	108
4.2	Pembahasan.....	111
4.2.1	<i>Partnership Marketing, Personal Selling, Customer Relationship Marketing</i> dan Penjualan Polis Asuransi pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	111
4.2.1.1	<i>Partnership Marketing</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	111
4.2.1.2	<i>Personal Selling</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	112
4.2.1.3	<i>Customer Relationship Marketing</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya.....	113
4.2.1.4	Penjualan Polis Asuransi pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	113
4.2.2	Pengaruh <i>Partnership Marketing</i> dan <i>Personal Selling</i> terhadap <i>Customer Relationship Marketing</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	114
4.2.2.1	Pengaruh Secara Simultan <i>Partnership Marketing</i> dan <i>Personal Selling</i> terhadap <i>Customer Relationship Marketing</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya.....	114
4.2.2.2	Pengaruh Secara parsial <i>Partnership Marketing</i> terhadap <i>Customer Relationship Marketing</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya.....	116
4.2.2.3	Pengaruh Secara parsial <i>Personal Selling</i> terhadap <i>Customer Relationship Marketing</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	117
4.2.3	Pengaruh <i>Partnership Marketing, Personal Selling</i> dan <i>Customer Relationship Marketing</i> terhadap Penjualan Polis Asuransi pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	119
4.2.3.1	Pengaruh secara simultan <i>Partnership Marketing, Personal Selling</i> dan <i>Customer Relationship Marketing</i> terhadap Penjualan Polis Asuransi pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	119

4.2.3.2 Pengaruh secara parsial <i>Partnership Marketing</i> terhadap Penjualan Polis Asuransi pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	121
4.2.3.3 Pengaruh secara parsial <i>Personal Selling</i> terhadap Penjualan Polis Asuransi pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya.....	122
4.2.3.4 Pengaruh secara parsial <i>Customer Relationship Marketing</i> terhadap Penjualan Polis Asuransi pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	124
4.2.4 Pengaruh <i>Partnership Marketing</i> dan <i>Personal Selling</i> terhadap Penjualan Polis Asuransi melalui <i>Customer Relationship Marketing</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya	125
4.2.4.1 Pengaruh <i>Partnership Marketing</i> terhadap Penjualan Polis Asuransi melalui <i>Customer Relationship Marketing</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya.....	126
4.2.4.2 Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Penjualan Polis Asuransi melalui <i>Customer Relationship Marketing</i> pada PT BRI Insurance Kota Tasikmalaya.....	127
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	129
5.2 Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	133