

DAFTAR ISI

LEMBAR PEGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Kegunaan Penelitian.....	11
1.6. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian.....	13
2.2. Penelitian terdahulu.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran.....	38
2.4. Hipotesis Penelitian.....	39
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	39
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	40
3.2. Variabel Penelitian.....	40
3.3. Tahapan Penelitian.....	44
3.4. Sumber dan teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5. Populasi dan Sample.....	46

3.6. Teknik Pengujian Data.....	47
3.7. Teknik Analisis data.....	50
3.8. Uji Asumsi Klasik.....	53
3.9. Uji Hipotesis.....	56
3.10. Koefisien determinasi.....	60
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Karakteristik Responden.....	61
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	63
4.3 Pembahasan	74
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pelanggan PT Asuransi Jiwasraya (Persero) Bandung Barat <i>Branch Office</i>	7
Tabel 1.2	Masalah Bauran Pemasaran Asuransi Jiwasraya	9
Tabel 2.1	Artikel Dalam Jurnal Nasional.....	25
Tabel 2.2	Artikel Dalam Jurnal Internasional	29
Tabel 2.3	Skripsi.....	33
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	40
Tabel 3.2	Kriteria Interpretasi skor.....	47
Tabel 4.1	Tanggapan Responden terhadap bauran pemasaran.....	63
Tabel 4.2	Tanggapan Responden terhadap bauran pemasaran Produk.....	64
Tabel 4.3	Tanggapan Responden terhadap bauran pemasaran Price.....	65
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap bauran pemasaran Place.....	66
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap bauran pemasaran Promotion.....	67
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap bauran pemasaran People.....	68
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap bauran pemasaran Process.....	69
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap bauran pemasaran Pysical Evidance.....	70
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap proses keputusan pembelian.....	71
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
Tabel 4.11	Hasil Uji Autokorelasi.....	75
Tabel 4.12	Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Persamaan Regresi.....	76
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Uji Simultan (UJI-F)	78
Tabel 4.14	Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo PT. Asuransi Jiwasraya (Persero).....	1
Gambar 1.2	Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Bandung Barat <i>Branch Office</i>	3
Gambar 2.1	Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	21
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian.....	42
Gambar 3.2	Garis Kontinuum Kriteria	47
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden	59
Gambar 4.2	Usia Responden	60
Gambar 4.3	Penghasilan Perbulan Responden	61
Gambar 4.4	Skor Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran	64
Gambar 4.5	Skor Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran Produk.....	64
Gambar 4.6	Skor Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran Place.....	66
Gambar 4.7	Skor Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran Promotion.....	67
Gambar 4.8	Skor Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran People	68
Gambar 4.9	Skor Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran Process.....	69
Gambar 4.10	Skor Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran Physical Evidence...	70
Gambar 4.11	Skor Tanggapan Responden Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	71

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas	72
Grafik 4.2 Artikel Dalam Jurnal Nasional.....	74