

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian	12
1.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian	12
1.2.2. Pembatasan Masalah Penelitian	13
1.2.3. Perumusan Masalah Penelitian	13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	15
1.4.1. Kegunaan Teoritis	15
1.4.2. Kegunaan Praktis	15

1.5	Sistematika Penulisan	16
-----	-----------------------------	----

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1	Kajian Pustaka	17
2.1.1.	Pengertian Pemasaran	17
2.1.2.	Strategi Pemasaran	18
2.1.3.	Konsep Market Driven Strategy	20
2.1.4.	Pengertian Asuransi.....	22
2.1.5.	Unsur – Unsur Asuransi	24
2.1.6.	Fungsi, Manfaat dan Tujuan Asuransi	24
2.1.7.	Prinsip Asuransi	25
2.1.8.	Produk	28
2.1.9.	Harga	31
2.1.10.	Promosi	32
2.1.11.	Citra Perusahaan	33
2.1.12.	Keputusan Pembelian	34
2.1.13.	Kepuasan Pelanggan	38
2.2	Penelitian Terdahulu	40
2.3	Kerangka Pemikiran	43
2.4	Hipotesis	44
2.4.1.	Hubungan antara Produk terhadap Keputusan Pembelian	44
2.4.2.	Hubungan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian	45
2.4.3.	Hubungan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian	45

2.4.4. Hubungan antara Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian	46
2.4.5. Hubungan Hubungan antara Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan	46

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	48
3.2 Variabel Penelitian	49
3.2.1. Definisi Konsep	50
3.2.1.1. Produk	50
3.2.1.2. Harga	50
3.2.1.3. Promosi	50
3.2.1.4. Citra Perusahaan	51
3.2.1.5. Keputusan Pembelian	51
3.2.1.5. Kepuasan Pelanggan	51
3.2.2. Definisi Operasional	51
3.3. Data dan Sampel Penelitian	54
3.3.1. Populasi Penelitian	54
3.3.2. Sampel Penelitian	54
3.4. Jenis dan Sumber Data	56
3.5. Teknik Pengumpulan Data	56
3.6. Teknik Analisa Data	57
3.6.1. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	58

3.6.1.1. Uji Validitas	58
3.6.1.2. Uji Reabilitas	59
3.6.2. Analisa <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	60
3.6.2.1. Asumsi – Asumsi <i>Structural Equation Model (SEM)</i> ...	61
3.6.2.2. Prosedur <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	67
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Perusahaan	73
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	73
4.1.2. Lingkup Bidang Usaha	74
4.1.3. Sumber Daya	74
4.1.4. Tantangan Bisnis di Perusahaan	75
4.1.5. Proses Bisnis di Perusahaan	76
4.2. Gambaran Umum Penelitian	76
4.2.1. Karakteristik Responden	77
4.2.2. Uji Normalitas	80
4.2.3. Analisa Awal terhadap Hasil Estimasi	81
4.2.4. Analisa Model Pengukuran <i>Confirmation Factor Analysis</i> ...	85
4.2.5. Uji Kecocokan Model <i>Confirmation Factor Analysis</i>	93
4.2.6. Analisa Model Pengukuran <i>Second Order Confirmation</i> <i>Factor Analysis</i>	98
4.2.7. Pengujian Hipotesis Penelitian	100
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	102
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	

5.1	Kesimpulan	104
5.2	Saran	106
	DAFTAR PUSTAKA	118
	LAMPIRAN	122
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	174



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA