

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
 BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Ruang Lingkup Asuransi Syariah.....	9
1. Pengertian Asuransi Syariah.....	9
2. Prinsip Dasar Asuransi Syariah	10
3. Risiko yang Dapat Diasuransikan.....	16
4. Peraturan Asuransi Syariah di Indonesia	17
B. Strategi Pemasaran.....	19
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	19
2. Komponen Strategi Pemasaran.....	21

3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	23
C. <i>Marketing Syariah</i>	29
1. Pengertian <i>Marketing Syariah</i>	29
2. Karakteristik <i>Marketing Syariah</i>	30
D. Loyalitas Nasabah.....	30
1. Pengertian Loyalitas Nasabah.....	30
2. Pengelolaan Loyalitas Nasabah.....	32
E. Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
F. Kerangka Berfikir	38

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	40
B. Sumber Data.....	40
C. Lokasi Penelitian.....	41
D. Instrumen Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Uji Keabsahan Data	43
G. Analisis Data.....	44
1. Teori Komunikasi Sebagai Pisau Analisis.....	44
2. Prosedur Analisis Data.....	46

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
1. Sejarah Singkat PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera	48
2. Visi Misi	50
3. Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Kudus.....	51
4. Produk PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.....	53

B. Dekripsi Data	55
1. Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Kesetiaan Nasabah Produk Mitra <i>Iqra Plus</i> di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Kudus.....	55
2. Faktor Pendukung dalam Mempertahankan Kesetiaan Nasabah Produk Mitra <i>Iqra Plus</i> di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Kudus.....	60
3. Faktor Penghambat dalam Mempertahankan Kesetiaan Nasabah Produk Mitra <i>Iqra Plus</i> di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Kudus.....	65
C. Analisis Data.....	67
1. Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Kesetiaan Nasabah Produk Mitra <i>Iqra Plus</i> di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Kudus.....	67
2. Faktor Pendukung dalam Mempertahankan Kesetiaan Nasabah Produk Mitra <i>Iqra Plus</i> di PT. Asuransi Jiwa Syariah Kantor Pemasaran Kudus	78
3. Faktor Penghambat dalam Mempertahankan Kesetiaan Nasabah Produk Mitra <i>Iqra Plus</i> di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Kudus.....	83
 BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	88
B. Saran	90
C. Penutup	91

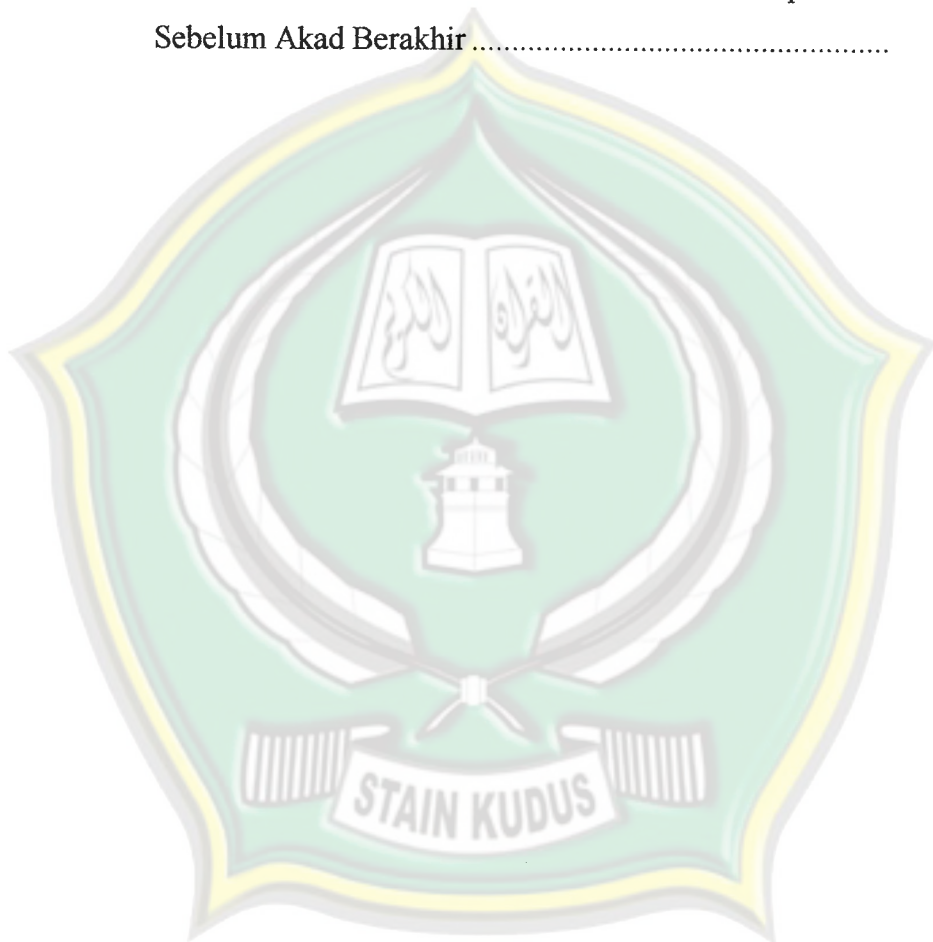
DAFTAR PUSTAKA

DAFTA RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	2.1 Perbedaan Antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Skripsi.....	36
Tabel	4.1 Jumlah Nasabah Produk Mitra <i>Iqra Plus</i>	60
Tabel	4.2 Jumlah Nasabah Produk Mitra <i>Iqra Plus</i>	76
Tabel	4.3 Jumlah Pemutusan Kontrak Produk Mitra <i>Iqra Plus</i> Sebelum Akad Berakhir	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kantor Pemasaran Cabang Kudus	51
Gambar 4.2 Skema Permohonan Produk Mitra Iqra Plus	59

