

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN ABSTRAK.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II	LANDASAN TEORI
A. Keputusan Nasabah	7
1. Pengertian Keputusan Nasabah	7
2. Faktor-faktor Utama Mempengaruhi Keputusan Nasabah.....	10
3. Proses Pengambilan Keputusan.....	12
B. Promosi Penjualan.....	13
1. Pengertian Promosi Penjualan.....	13
2. Promosi Penjualan berdasarkan Perspektif Islam	14
3. Tujuan Promosi Penjualan	16
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi Penjualan.....	17
5. Strategi Promosi Penjualan	17
6. Bauran Pemasaran.....	20
C. Hubungan Masyarakat.....	23
1. Pengertian Hubungan Masyarakat.....	23
2. Fungsi dan Tujuan Hubungan Masyarakat	24
D. Asuransi Syariah	26
1. Pengertian Asuransi Syariah	26
2. Dalil yang Menunjukkan Asuransi Syariah	27

	E. Penelitian Terdahulu.....	29
	F. Kerangka Berpikir	33
	1. Promosi Penjualan.....	33
	2. Hubungan Masyarakat.....	33
	3. Keputusan Nasabah	34
	G. Hipotesis.....	34
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan	37
	B. Populasi dan Sampel	37
	C. Identifikasi Variabel	38
	D. Operasionalisasi Variabel	38
	E. Teknik Pengumpulan Data	43
	F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	44
	G. Teknik Analisis Data	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum PT Prudential RBT Team Jebara.....	48
	1. Sejarah Berdirinya PT Prudential RBT Team Jebara	48
	2. Lokasi PT Prudential RBT Team Jebara	49
	3. Misi PT Prudential RBT Team Jebara.....	49
	4. Motto PT Prudential RBT Team Jebara	50
	5. Produk-produk PT Prudential RBT Team Jebara	50
	6. Struktur Organisasi.....	52
	7. Tugas Pokok dan Fungsi	52
	B. Hasil Penelitian	53
	1. Karakteristik Responden	53
	C. Data Penelitian	56
	1. Promosi Penjualan.....	56
	2. Hubungan Masyarakat.....	58
	3. Keputusan Nasabah	60
	D. Analisis Data	61
	1. Uji Validitas	61
	2. Uji Reabilitas	63
	3. Uji Normalitas.....	64
	4. Uji Multikolinearitas	66
	5. Uji Heterokedastisitas	67
	6. Analisis Regensi Linier Berganda	67
	7. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t) ...	68
	8. Uji Stimulan (Uji F)	70
	9. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	71

E.	Pembahasan.....	71
1.	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah	71
2.	Pengaruh Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Nasabah	72
BAB V	PENUTUP	
A.	Kesimpulan	75
B.	Keterbatasan Penelitian	75
C.	Saran	76

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	39
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Variabel Promosi Penjualan	56
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Variabel Hubungan Masyarakat	58
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Nasabah.....	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	62
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Hubungan Masyarakat	62
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah	63
Tabel 4.11	Uji Reabilitas	64
Tabel 4.12	Uji Kolmogorov-Smirnov.....	64
Tabel 4.13	Hasil Normalitas Histogram.....	66
Tabel 4.14	Hasil Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.15	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual	69
Tabel 4.16	Hasil Uji Stimulan (F).....	70
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Hipotesis Penelitian.....	36
Gambar 4.1	Hasil Normalitas Histogram.....	65
Gambar 4.2	Hasil Normalitas Probability Plot.....	66
Gambar 4.3	Hasil Uji Heterokedaktisitas.....	67

