

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR ISTILAH	xii
Bab I Pendahuluan	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	3
I.3 Tujuan Penelitian	3
I.4 Batasan Penelitian	3
I.5 Manfaat Penelitian	4
I.6 Kontribusi Penelitian	4
I.7 Sistematika Penulisan	4
Bab II Landasan Teori	6
II.1 Manajemen Pemasaran	6
II.2 <i>Manajemen Penjualan</i>	10
II.3 <i>Consumer Behaviour</i>	12
II.4 <i>Psychographic Profile</i>	14
Bab III Metodologi Penelitian	16
III.1 Model Konseptual	16
III.2 Kerangka Penyelesaian Masalah	17

III.1	Tahap Pendahuluan	18
III. 2	Tahap Pengumpulan Data	18
III.2.1	Identifikasi Variabel Penelitian	18
III.2.2	Desain Kuesioner	18
III.2.3	Penentuan Sampel Penelitian	19
III.2.4	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	19
III.2.5	Survey Lanjutan	19
III. 3	Tahap Pengolahan Data	20
III.3.1	Uji Reabilitas	20
III.3.2	Uji Validitas	20
III.3.2	Statistika Deskriptif	20
III.3.3	Analisis CLuster	21
III. 4	Tahap Perumusan Rekomendasi	22
III. 5	Tahap Kesimpulan dan Saran	22
Bab IV Pengolahan Data		23
IV.1	<i>Pretest</i>	23
IV.2	Uji Reliabilitas	24
IV.3	Uji Validitas	25
IV.4	Pengolahan Data	26
IV.4.1	Frekuensi	26
IV.4.1.1	Frekuensi Kepemilikan Polis Asuransi	26
IV.4.1.2	Frekuensi Usia	27
IV.4.1.3	Frekuensi Pekerjaan	28
IV.4.1.4	Frekuensi Penghasilan	29
IV.4.1.5	Frekuensi Status	30
IV.4.1.6	Frekuensi Jumlah Anak	31
IV.4.1.7	Frekuensi Jenis Asuransi	32
IV.4.2	<i>Analisis CLuster</i>	32
IV.4.3	<i>Crosstabulation</i>	37

BabV Analisis dan Rekomendasi	47
V.1 Analisis Profil Umum Responden	47
V.2 Analisis Cluster berdasarkan Variabel	47
V.3 Analisis Hasil Crosstabulation pada Masing-Masing Cluster	54
V.4 Analisis Cluster	55
V.5 Rekomendasi	57
Bab 6 Kesimpulan dan Saran	
VI.1 Kesimpulan	60
VI.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	