

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Tugas Akhir.....	6
1.4 Kontribusi Tugas Akhir.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Pemasaran Jasa.....	7
2.2 <i>Brand Trust</i> .....	7
2.2.1 Definisi <i>Brand Trust</i> .....	7
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i> .....	8
2.2.3 Dimensi <i>Brand Trust</i> .....	10
2.3 <i>Relationship Marketing</i> .....	10
2.3.1 Definisi <i>Relationship Marketing</i> .....	10
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Relationship Marketing</i> .....	11
2.3.3 Dimensi <i>Relationship Marketing</i> .....	11
2.4 <i>Customer Loyalty</i> .....	12
2.4.1 Definisi <i>Customer Loyalty</i> .....	12
2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> .....	12
2.4.3 Tahapan <i>Customer Loyalty</i> .....	13
2.4.4 Dimensi <i>Customer Loyalty</i> .....	13
2.5 Penelitian Terdahulu .....	14
2.6 Kerangka Berpikir .....	17
2.7 Hipotesis Penelitian .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	19
3.2 Metode Penelitian .....	19
3.3 Jenis Penelitian.....	19
3.4 Populasi dan Sampel.....	19
3.4.1 Populasi .....	19
3.4.2 Sampel .....	20
3.5 Sumber Data.....	20
3.5.1 Data Primer .....	20
3.5.2 Data Sekunder .....	20
3.6 Operasionalisasi Variabel .....	21
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.8 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran .....	26
3.8.1 Instrumen Penelitian.....	26
3.8.2 Skala Pengukuran .....	26
3.9 Uji Instrumen Penelitian .....	26
3.9.1 Uji Validitas.....	26
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	27

3.10 Teknik Analisis Data .....	27
3.10.1 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	27
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	28
3.10.4 Uji Hipotesis .....	28
<b>BAB IV DESAIN DAN SISTEM.....</b>	<b>29</b>
4.1 Keadaan Umum Objek Penelitian .....	29
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	29
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	29
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	29
4.1.4 Struktur Organisasi Allianz Life Indonesia.....	30
4.1.5 Produk dan Layanan Allianz Life Indonesia .....	30
4.1.6 SOP Agen Allianz Life Indonesia.....	31
4.2 Keadaan Awal Sistem Perusahaan.....	32
4.3 Tahapan Analisis Penelitian.....	33
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
5.1 Profil Responden .....	34
5.1.1 Usia .....	34
5.1.2 Jenis Kelamin .....	34
5.1.3 Jumlah Polis Asuransi yang Dimiliki .....	35
5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	35
5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> .....	36
5.2.2 Deskripsi Variabel Relationship Marketing .....	38
5.2.3 Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	40
5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
5.3.1 Uji Validitas.....	41
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	42
5.4 Uji Asumsi Klasik .....	43
5.4.1 Uji Normalitas .....	43
5.4.2 Uji Multikolinearitas .....	43
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	44
5.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	44
5.5 Uji Hipotesis .....	45
5.6.1 Uji t (Parsial).....	45
5.6.2 Uji F (Simultan).....	45
5.7 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	45
5.8 Pembahasan.....	46
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>48</b>
6.1 Kesimpulan .....	48
6.2 Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nasabah Loyal Allianz Tahun 2023-2025 .....	3
Tabel 1. 2 Hasil <i>Pre-Survey Brand Trust</i> Allianz.....	4
Tabel 1. 3 Hasil <i>Pre-Survey Relationship Marketing</i> Allianz .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Nasabah Loyal Allianz Tahun 2023-2025 .....	19
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	21
Tabel 3. 3 Skala <i>Likert</i> .....	26
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai Korelasi.....	28
Tabel 5. 1 Data Usia Responden.....	34
Tabel 5. 2 Data Jenis Kelamin Responden .....	34
Tabel 5. 3 Jumlah Polis Asuransi yang Dimiliki .....	35
Tabel 5. 4 Rentang Skala Kategori Data Penelitian.....	36
Tabel 5. 5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Trust</i> .....	36
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Relationship Marketing (X2)</i> .....	38
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Loyalty (Y)</i> .....	40
Tabel 5. 8 Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 5. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 5. 10 Hasil Uji Normalitas .....	43
Tabel 5. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 5. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	44
Tabel 5. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	44
Tabel 5. 14 Hasil Uji t Parsial.....	45
Tabel 5. 15 Hasil Uji F (Simultan) .....	45
Tabel 5. 16 Hasil Ujian Koefisien Determinasi.....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Penyedia Asuransi Kesehatan Swasta dengan Jumlah Pengguna Terbesar di Indonesia pada Januari 2023 .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	17
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Allianz Life Indonesia .....	30