

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Identifikasi dan Batasan Masalah Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Pembahasan.....	13

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teoritis	16
1. Agen Asuransi	16
a. Pengertian Agen.....	16
b. Fungsi Agen.....	18
c. Strategi Distribusi Agency System.....	23
d. Pola Kerja Agen.....	25
2. Strategi Pemasaran.....	30
a. Pengertian Strategi.....	30
b. Pengertian Pemasaran.....	31
c. Bauran Pemasaran Jasa.....	33
3. Produk Asuransi Unit Link	41
a. Pengertian Unit Link Syariah.	41
b. Karakteristik Unit Link.....	43
c. Akad dalam Unit Link Syariah.....	45
d. Model Unit Link Syariah.....	48
4. Asuransi Syariah	50
a. Pengertian Asuransi Syariah.....	50
b. Sejarah Asuransi Syariah.....	54
c. Dasar Hukum Asuransi Syariah.....	57
d. Jenis-jenis Produk Asuransi.....	60
B. Penelitian Terdahulu	63

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	69
B. Lokasi Penelitian.....	70
C. Kehadiran Peneliti.....	70
D. Data dan Sumber Data	71
E. Teknik Pengumpulan Data.....	72
F. Teknik Analisis Data	74
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	76
H. Tahap – Tahap Penelitian	77

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data.....	79
1. Profil PT Prudential Life Assurance	79
2. Lokasi PT Prudential Life Assurance Tulungagung.....	80
3. Misi PT Prudential Life Assurance.....	80
4. Motto PT Prudential Life Assurance	83
5. Struktur Organisasi PT Prudential Life Assurance Tulungagung	83
6. Produk-Produk Asuransi PRU syariah PT Prudential Life Assurance Tulungagung.....	84
B. Paparan Data	89
1. Strategi Pemasaran PT Prudential Life Assurance Tulungagung untuk meningkatkan penjualan <i>PRUlink Syariah</i>	89

2. Mekanisme Sistem Agency sebagai strategi pemasaran <i>PRUlink Syariah</i> yang digunakan PT Prudential Life Assurance Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah.....	95
C. Temuan Penelitian	100
1. Strategi Pemasaran PT Prudential Life Assurance Tulungagung untuk meningkatkan penjualan <i>PRUlink Syariah</i>	100
2. Mekanisme Sistem Agency sebagai strategi pemasaran <i>PRUlink Syariah</i> yang digunakan PT Prudential Life Assurance Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah.....	105

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran PT Prudential Life Assurance Tulungagung untuk meningkatkan penjualan <i>PRUlink Syariah</i>	109
B. Mekanisme Sistem Agency sebagai strategi pemasaran <i>PRUlink Syariah</i> yang digunakan PT Prudential Life Assurance Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah	118

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	124
B. Saran	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN