

DAFTAR PUSTAKA

- A. Aziz Hasan, **Marketing dan Strateginya**, Percetakan Bali, Medan, 2003.
- Basu Swastha DH, **Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 2000.
- Hasymi Ali, **Pengantar Asuransi**, Cetakan Ketiga, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2002.
- Hermawan Darmawi, **Manajemen Asuransi**, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2001.
- Marwan Asri, **Pemasaran**, Cetakan Kedua, Penerbit Badan Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Yogyakarta, 2001.
- Philip Kotler, **Marketing Management, Analisis Planning and Control (Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian**, Terjemahan Herujati & Jaka Wasana, Edisi XI, Cetakan Keempat. Jilid II, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2001.
- Radiosunu, **Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis**, Edisi Revisi, Cetakan Kedua Belas, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 2002.
- Siswanto Sutojo, **Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran**, Cetakan Ketujuh, Penerbit LPPM, Jakarta, 2000.
- Sofyan Assauri, **Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi**, Edisi Pertama, Cetakan Keenam, Penerbit PT. Raya Grafinda Persada, Jakarta, 2000.
- Warren J. Keagen. **Managemen Pemasaran Global**, Penerbit Prehallindo, Jakarta, 2001.
- Husaini Usman, **Pengantar Statistika**, Edisi Kedua, Diterbitkan PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2006.
- Sugiyono, **Metode Penelitian Bisnis**, Edisi Kedelapan Belas, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2005.
- S. Nasution dan M. Thomas, **Penuntun Membuat Thesis, Disertasi, Skripsi dan Makalah**, Edisi VIII, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2000.

IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden :

Jenis Kelamin : () Perempuan () Laki-laki

Pendidikan : () SMA () D-III () S-1 () S-2 () S-3

Usia :

Cara pengisian untuk pernyataan cukup dengan memberi tanda silang (x) pada jawaban yang anda pilih. Dengan keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

A. BUTIR PERNYATAAN TENTANG PROMOSI

No	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	R	TS	STS
1	Untuk mewujudkan keberhasilan kegiatan promosi maka pihak perusahaan menggunakan alat promosi berupa perialanan, penjualan, promosi penjualan, publisitas dan direct mail.					
2	Karyawan memberikan pelayanan dan menjaga hubungan yang baik dengan nasabah					
3	Komunikasi dengan masyarakat melalui publicity dapat mempengaruhi kesan terhadap perusahaan dan produk maupun jasa yang ditawarkan					
4	Program yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi citra dan produk individual perusahaan.					
5	PT. Asuransi WanaArittha melakukan aktivitas periklanan dengan cara mempromosikan ide-ide					
6	Jenis-jenis iklan pada PT. Asuransi					

	WanaArtha adalah iklan mini dan iklan umum.					
7	Seringnya perusahaan membuat promosi melalui acara-acara kegiatan seminar dan olah raga.					
8	Karyawan memberikan pelayanan kepada nasabah mengenai keunggulan produk asuransi.					
9	Dalam kegiatan ini para agen yang mewakili perusahaan menjelaskan segala informasi tentang manfaat, kegunaan serta keunggulan dari jasa produk yang ditawarkan.					
10	Penjualan tanpa adanya usaha promosi akan memberikan hasil yang sangat terbatas jumlahnya.					

B. BUTIR PERNYATAAN TENTANG PENJUALAN POLIS ASURANSI

No	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	R	TS	STS
1	Agar perusahaan tetap survive (dapat melebihi target yang telah ditetapkan) perlu didukung oleh kebijaksanaan promosi.					
2	Jika produk yang ditawarkan mutunya kurang dapat menyebabkan nasabah menjadi kecewa					
3	Selera nasabah tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat.					
4	Bilamana selera nasabah terhadap produk yang kita tawarkan berubah maka tingkat penjualan akan menurun.					
5	Servis terhadap nasabah merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan.					
6	Dengan adanya servis yang baik terhadap para nasabah sehingga dapat meningkatkan penjualan.					

7	Apakah volume penjualan produk yang diperoleh perusahaan dari tahun ke tahun meningkat.					
8	Apakah target penjualan tahun 2007 yang telah ditetapkan dan direncanakan perusahaan dapat tercapai.					
9	Untuk meningkatkan jumlah produk yang dipasarkan, perusahaan harus mengadakan penjualan door to door melalui para pramuniaga yang telah disiapkan.					
10	Pimpinan selalu berusaha meningkatkan kinerja para karyawannya.					