

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. ASURANSI JIWA
MANULIFE INDONESIA**

SKRIPSI

**Dijadikan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
ENA SUHENTI
044115465**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

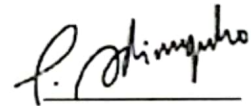
Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Ena Suhenti
NPM : 044115465
Judul : Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Asuransi Jiwa Manulife Indonesia

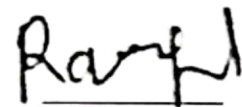
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI Menyetujui

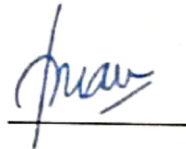
Pembimbing I : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom
NIK: 1.0616 049 760



Pembimbing II : Ratih Siti Aminah, M.Si
NIK. 1.0314 004 625



Pembaca : Imani Satriani, M.Si
NIK. 1.0616 049 763



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 26 Juli 2019

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si.
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

Ena Suhenti, NPM 044115465, Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Studi Pada Nasabah PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia *Branch* Jakarta Pusat). Dibimbing oleh Prasetyo Adi Nugroho, M.I.Kom dan Ratih Siti Aminah, M. Si. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari penerapan *Customer Relationship Management (People, Procces, dan Technology)* diukur dengan teori loyalitas.

Metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif melalui metode pengumpulan data kuesioner dengan menggunakan skala likeart. Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah, yang mana jumlah tersebut dihitung menggunakan rumus *Slovin*. Dalam penelitian ini data dianalisis menggunakan uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis dengan menggunakan *software* dari SPSS versi 24.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah.