DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR LAMPIRAN ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xi

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 6
1.2.1 Identifikasi Masalah 6
1.2.2 Rumusan Masalah 7
1.3. Tujuan Penelitian 7
1.4. Kegunaan Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1. Kajian Pustaka 10
2.1.1. Citra Merek dalam Jasa Perbankan 10
2.1.2. Bauran Promosi dalam Jasa Perbankan 15
2.1.3. Minat Beli dalam Jasa Perbankan 19
2.2. Penelitian Terdahulu 23
2.3. Kerangka Pemikiran 31
2.4. Hipotesis Penelitian 33

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1. Objek Penelitian 34

3.2. Metode Penelitian 34
3.3. Operasional Variabel Penelitian 35
3.4. Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi 38
3.4.1. Sumber Data 38
3.4.2. Cara Penentuan Sampel 39
3.5. Teknik Pengumpulan Data 41
3.6. Uji Validitas 42
3.7. Uji Reliabilitas 45
3.8. Rancangan Analisis dan Hipotesis 47
3.8.1. Rancangan Analisis 47
3.8.2. Rancangan Uji Hipotesis 53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil *Bancassurance* BRIngin Life 56
4.2. Profil Nasabah Bank BRI cabang Asia Afrika Bandung 57
4.3. Citra Bank BRI di Mata Nasabah 61
4.4. Bauran Promosi *Bancassurance* BRIngin Life 66
4.5. Minat Nasabah Membeli *Bancassurance* BRIngin Life 70
4.6. Pengaruh Citra dan Bauran Promosi Terhadap Minat Nasabah Membeli *Bancassurance* Bringin Life di Bank BRI cabang Asia Afrika Bandung 73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 82
5.2. Saran 83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN