

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *CROSS SELLING* TERHADAP KINERJA PEMASARAN PRODUK ASURANSI PT *SUN LIFE INDONESIA SALES OFFICE*
SINGARAJA

TESIS

Oleh

NI KOMANG DHARMI YUDHI UTAMI

NIM 2029131049



UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN
JULI 2022

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *CROSS SELLING* TERHADAP KINERJA PEMASARAN PRODUK ASURANSI PT *SUN LIFE* INDONESIA SALES OFFICE

SINGARAJA

TESIS

Oleh

NI KOMANG DHARMI YUDHI UTAMI

NIM 2029131049



UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN
JULI 2022

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *CROSS SELLING*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PRODUK ASURANSI PT *SUN LIFE*
INDONESIA *SALES OFFICE* SINGARAJA

TESIS

Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Program Studi Ilmu Manajemen

Oleh
NI KOMANG DHARMI YUDHI UTAMI
NIM 2029131049



UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN
JULI 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis oleh Ni Komang Dharmi Yudhi Utami ini telah diperiksa dan disetujui untuk mengikuti ujian tesis.

Singaraja, 19 Juli 2022.

Pembimbing I



Trianasari, MM., Ph.D
NIP. 197006062002122002

Pembimbing II



Putu Indah Rahmawati, SST.Par., M.Bus., Ph.D
NIP.19800217200212200





LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI


Tesis oleh Ni Komang Dharmi Yudhi Utami ini telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Program Studi Ilmu Manajemen Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

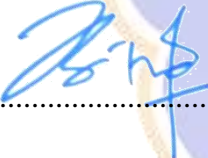
Disetujui pada tanggal: 19 Juli 2022

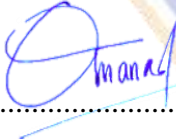
Oleh
Tim Penguji


....., Trianasari, MM, Ph.D
NIP 197006062002122002


....., Putu Indah Rahmawati, SST.Par., M.Bus., Ph.D
NIP 198002172002122001



....., Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par., M.Par
NIP 198104162005012002


....., Dr. Ni Kadek Sinarwati, SE.,M.Si.,Ak.
NIP 197210202010122002


....., Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E.,M.Si
NIP 198502202010121007

Mengetahui
Direktur Pascasarjana Undiksha,




Prof. Dr. I Gusti Putu Suharta, M.Si.
NIP 196212151988031002

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah, serta etika akademis.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Singaraja, 19 Juli 2022
Yang memberi pernyataan



Ni Komang Dharmi Yudhi Utami

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah-Nya, sehingga tesis yang berjudul: “Pengaruh *Relationship Marketing* dan *Cross Selling* Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Asuransi PT. *Sun Life Indonesia Sales Office* Singaraja”, dapat diselesaikan sesuai dengan yang direncanakan.

Tesis ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha pada Program Studi Ilmu Manajemen. terselesaikannya tesis ini telah banyak memperoleh uluran tangan dari berbagai pihak. Untuk itu, ijin penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut.

1. Ibu Trianasari, MM., Ph.D, sebagai pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi yang demikian bermakna, sehingga penulis mampu melewati berbagai hambatan dalam perjalanan studi dan penyelesaian tesis ini;
2. Ibu Putu Indah Rahmawati, SST.Par., M.Bus., Ph.D, sebagai pembimbing II, yang dengan gaya dan pola komunikasi yang khas, telah melecut semangat, motivasi, dan harapan penulis selama penelitian dan penulisan naskah laporan tesis ini, sehingga tesis ini dapat terwujud dengan baik sesuai harapan;
3. Bapak Alm. Dr. Wayan Bagia, M.Si, Ibu Dr. Ni Made Arry Widiastini, SST. Par., M. Par, Ibu Dr. Ni Kadek Sinarwati, S.E., M.Si., Ak., Bapak Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., sebagai dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan tesis ini;
4. Para pegawai tim *financial consultant* di PT. *Sun Life* Indonesia Sales Office Singaraja yang telah terlibat banyak sebagai subyek penelitian;
5. Pemilik Kantor PT. *Sun Life* Indonesia Sales Office Singaraja yang telah memberikan izin dan bantuan administratif kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga penulis memperoleh kesempatan melanjutkan studi dan tesis ini;
6. Seluruh *staff* di PT. *Sun Life* Indonesia Sales Office Singaraja, selaku mitra penelitian di tempat melakukan penelitian yang telah banyak membantu penulis dalam melakukan penelitian;

7. Koordinator Program Studi Ilmu Manajemen dan staf dosen pengajar yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis selama penyusunan tesis ini;
8. Direktur Pascasarjana Undiksha dan staf, yang telah banyak membantu selama penulis menyelesaikan tesis ini;
9. Rektor Universitas Pendidikan Ganesha, yang telah memberikan bantuan secara moral dan memfasilitasi berbagai kepentingan penulis dalam menyelesaikan tesis ini;
10. Rekan-rekan seangkatan di Program Studi Ilmu Manajemen yang dengan karakternya masing-masing telah banyak berkontribusi memberikan *support* yang luar biasa kepada penulis selama menjalani studi dan penyelesaian tesis ini;
11. Keluarga penulis, yang telah banyak membantu secara material dan moral selama penyelesaian tesis ini. Semoga semua bantuan yang telah mereka berikan dalam menyelesaikan studi ini, mereka diberkati imbalan yang sepadan oleh Tuhan Yang Maha Esa, kesehatan, dan keharmonian dalam menjalani kehidupan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini belum sempurna. Namun, kehadirannya dalam konstelasi masyarakat akademis akan menambah perbendaharaan ilmu dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Semoga tesis ini bermanfaat bagi masyarakat akademis, terutama mereka yang menyatakan diri bernaung di bawah kebesaran panji-panji pendidikan.

Singaraja, 19 Juli 2022

Penulis

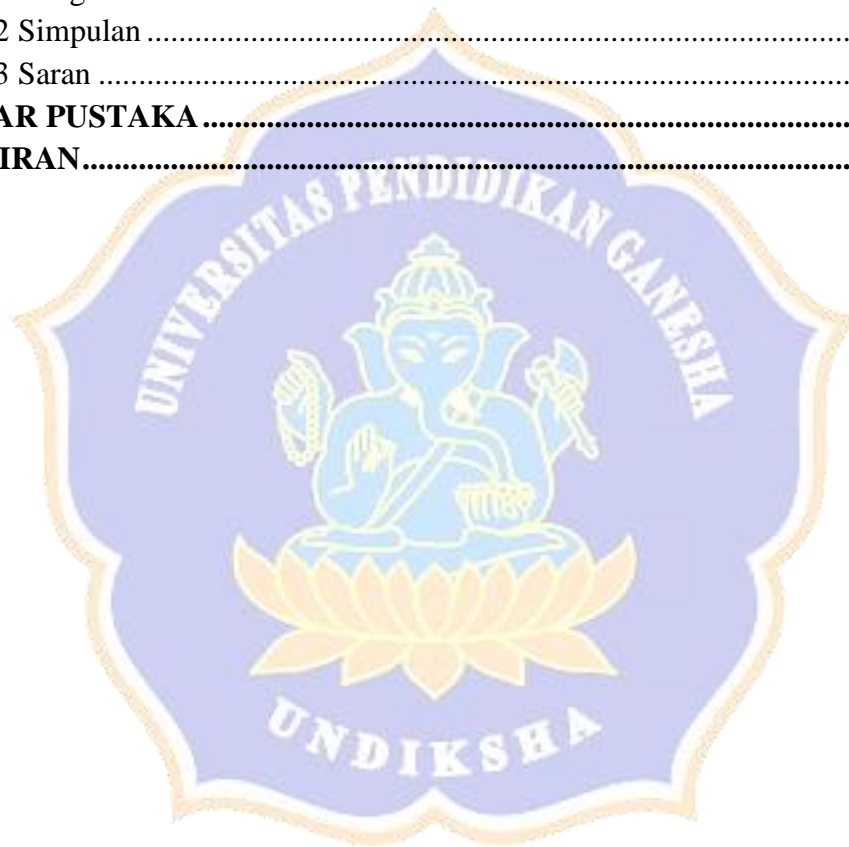
Ni Komang Dharmi Yudhi Utami

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI	vi
HALAMAN PERNYATAAN	vii
PRAKATA	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Penjelasan Istilah	13
1.7 Rencana Publikasi	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Kajian Teori	17
2.1.1 <i>Relationship marketing</i>	18
2.1.1.1 Tujuan <i>Relationship marketing</i>	21
2.1.1.2 Konsep <i>Relationship marketing</i>	21
2.1.1.3 Implementasi <i>Relationship marketing</i>	24
2.1.1.4 Dimensi <i>Relationship marketing</i>	27
2.1.2 <i>Cross selling</i>	33
2.1.2.1 Strategi Pemasaran <i>Cross selling</i>	35
2.1.2.2 Penentuan <i>Cross selling</i>	38
2.1.2.3 Dimensi <i>Cross selling</i>	39
2.1.3 Kinerja Pemasaran.....	42
2.1.3.1 Efektifitas Pemasaran	43
2.1.3.2 Efisiensi Pemasaran.....	44
2.1.3.3 Produktivitas Pemasaran	45
2.1.3.4 Metrik Pemasaran (<i>Marketing Metrics</i>)	47

2.1.3.5 Indikator Kinerja Pemasaran	48
2.2 Penelitian Terdahulu	49
2.3 Kerangka Berpikir.....	52
2.3.1 Pengaruh <i>Relationship marketing</i> terhadap Kinerja Pemasaran	52
2.3.2 Pengaruh <i>Cross selling</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	53
2.3.3 Pengaruh <i>Relationship marketing</i> Dan <i>Cross selling</i> Terhadap Kinerja Pemasaran	53
2.4 Hipotesis Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Jenis Penelitian.....	56
3.2 Populasi dan Sampel	60
3.2.1 Populasi	60
3.2.2 Sampel	61
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	62
3.4 Prosedur Penelitian	63
3.5 Variabel Penelitian.....	64
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.7 Instrumen Penelitian	66
3.7.1 Uji Asumsi	67
3.7.2 Regresi Linear Berganda.....	68
3.7.3 Koefisien Determinasi.....	69
3.8 Analisis Data	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Karakteristik Responden.....	72
4.2 Hasil Penelitian	75
4.2.1 Pengujian Instrumen Penelitian	75
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas	75
4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	76
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.2.2.1 Uji Normalitas	77
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	78
4.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.2.5 Uji Hipotesis Penelitian	81
4.2.5.1 Uji Statistik Parsial (T-test).....	81
4.2.5.2 Uji Statistik Simultan (F-test).....	82
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.3.1 Pengaruh <i>Relationship marketing</i> Signifikan Terhadap Kinerja	

Pemasaran di PT. <i>Sun Life</i> Indonesia <i>Sales Office</i> Singaraja	83
4.3.2 Pengaruh <i>Cross selling</i> Signifikan-Terhadap Kinerja Pemasaran di PT. <i>Sun Life</i> Indonesia <i>Sales Office</i> Singaraja.....	85
4.3.1 Pengaruh Simultan <i>Relationship marketing</i> dan <i>Cross selling</i> Signifikan-Terhadap Kinerja Pemasaran di PT. <i>Sun Life</i> Indonesia <i>Sales Office</i> Singaraja	87
4.4 Implikasi Penelitian	88
BAB V PENUTUP.....	91
5. 1 Rangkuman	91
5. 2 Simpulan	93
5. 3 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Customer Development Process</i>	23
Gambar 2.2 Model Aplikasi <i>Relationship marketing</i>	26
Gambar 2.3 Langkah Penentuan <i>Cross selling</i>	38
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir	54
Gambar 3.1 Diagram Jalur	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Asuransi PT. Sun Life Indonesia Cabang Singaraja Tahun 2015 – 2021	3
Tabel 1.2 Data Jumlah Premi pada Nasabah Asuransi PT. Sun Life Indonesia Cabang Singaraja Tahun 2015 – 2021	4
Tabel 2.1 Operasional Variabel	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	72
Tabel 4.2 Uji Validitas	75
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.4 Uji Normalitas	77
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80
Tabel 4.7 Uji Statistik Parsial (T Test)	81
Tabel 4.8 Uji Simultan (F Test)	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Google Form Pengujian Validitas dan Reliabilitas	99
Lampiran 2 : Data Responden.....	102
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas X1 (<i>Relationship marketing</i>).....	106
Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas X2 (<i>Cross selling</i>).....	107
Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Y (Kinerja Pemasaran).....	108
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 7 : Uji Hipotesis.....	110
Lampiran 8 : Tabulasi Data.....	111

