

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12

1.6.	Lingkup Penelitian.....	13
1.7.	Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....		16
LANDASAN TEORI.....		16
2.1.	Landasan Teori.....	16
2.1.1	Pengertian Merek.....	16
2.1.2	Pengertian Ekuitas Merek.....	17
2.1.3	<i>Customer-Based Brand Equity (CBBE) Pyramid</i>	18
2.2.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	29
2.3.	Kerangka Penelitian.....	31
BAB III.....		32
METODA PENELITIAN.....		32
3.1.	Desain Penelitian.....	32
3.2.	Metoda Pengumpulan Data.....	32
3.2.1.	Observasi Partisipatif.....	32
3.2.2.	Wawancara.....	33
3.2.3.	Daftar Pertanyaan Yang Digunakan.....	34
3.3.	Instrumen Penelitian.....	39
3.4.	Metoda Analisis Data.....	39
3.5.	Profil Perusahaan.....	40

BAB IV.....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Deskripsi Data.....	44
4.2. Pembahasan.....	44
4.2.1. Hasil dan Pembahasan Observasi Partisipatif.....	44
4.2.2. Hasil dan Pembahasan Wawancara Dengan Pihak Internal Cigna..	57
4.2.3. Hasil dan Pembahasan Wawancara Dengan Pelanggan Cigna.....	76
4.3. Analisis <i>CBBE Pyramid</i> Berdasarkan Hasil Wawancara.....	82
BAB V.....	93
SIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1. Simpulan.....	93
5.2. Implikasi Manajerial.....	94
5.3. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Rating Asuransi Jiwa per Juli 2013.....	3
Tabel 4.1 : Detail Produk Asuransi Kesehatan Cigna Health Protection.....	66
Tabel 4.2 : Tabel Premi Bulanan Cigna Health Protection.....	67
Tabel 4.4 : Analisis <i>CBBE Pyramid</i> Cigna Indonesia.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Model CBBE yang dikembangkan oleh Keller.....	19
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual Pembahasan Pengembangan Brand Equity Pada Cigna Indonesia.....	31
Gambar 3.1 : Analisis Data Model Interaktif.....	40
Gambar 4.1 : Langkah Preventif Cigna Untuk Hidup Lebih Sehat.....	63
Gambar 4.2 : Produk Cigna Family Care.....	68
Gambar 4.3 : Kerjasama Cigna Dengan Halodoc Untuk Mengembangkan Konsep Digital Cigna Indonesia.....	70
Gambar 4.4 : Kartu Asuransi Cigna (<i>Cashless</i>) Yang Bisa Digunakan Untuk Klaim Rawat Inap di Rumah Sakit Rekanan Jaringan AdMedika.....	74
Gambar 4.5 : Cigna <i>Free Movie Ticket</i>	75
Gambar 4.6 : Program Undian “Cigna Wow”.....	76