

ABSTRAK

APRIS (NIM : P2C219059), PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *CROSS SELLING* TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA PT. ASURANSI UMUM VIDEI KANTOR PEMASARAN JAMBI, dibawah bimbingan Bapak Dr. Drs. Syahmardi Yacob, MBA dan Bapak Dr. Dahmiri SE., M.M. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Relationship Marketing* dan *Cross Selling* terhadap Kinerja Pemasaran pada PT. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 90 orang pelanggan atau nasabah PT. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner, dengan metode deskriptif. Berdasarkan analisis data, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Kinerja Pemasaran pada PT. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. Terdapat pengaruh *Cross Selling* terhadap Kinerja Pemasaran pada PT. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. Terdapat pengaruh *Relationship Marketing* dan *Cross Selling* secara simultan terhadap Kinerja Pemasaran pada PT. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran, PT. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi harus dapat menjalankan *relationship marketing* dan *cross selling* sehingga diharapkan dapat membawa perusahaan ke arah yang lebih baik lagi demi mencapai kinerja pemasarannya, yang secara otomatis akan dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan dari berbagai macam produk yang ada secara menyeluruh agar perusahaan tetap berkembang dan menjadi salah satu perusahaan asuransi nasional yang menjadi bagian dari pertumbuhan ekonomi dan pembukaan lapangan pekerjaan untuk membawa kesejahteraan bagi karyawan dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

Kata Kunci : Kinerja Pemasaran, Relationship Marketing dan Cross Selling

ABSTRACT

APRIS (NIM: P2C219059), THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING AND CROSS SELLING ON MARKETING PERFORMANCE IN. JAMBI MARKETING OFFICE VIDEI GENERAL INSURANCE, under the guidance of Mr. Dr. Drs. Syahmardi Yacob, MBA dan Mr. Dr. Dahmiri SE., M.M. This study aims to analyze the effect of Relationship Marketing and Cross Selling on Marketing Performance at PT. Videi General Insurance Jambi Branch. In this research, the approach used is descriptive quantitative. Samples were taken as many as 90 customers or customers of PT. Videi General Insurance Jambi Marketing Office. The data used in this study are primary data in the form of a questionnaire. Based on data analysis, the conclusion that can be drawn from this study is that there is an effect of Relationship Marketing on Marketing Performance at PT. Videi General Insurance Jambi Marketing Office. There is an influence of Cross Selling on Marketing Performance at PT. Videi General Insurance Jambi Marketing Office. There is a simultaneous influence of Relationship Marketing and Cross Selling on Marketing Performance at PT. Videi General Insurance Jambi Marketing Office. To improve marketing performance, PT. Videi General Insurance Jambi Marketing Office must be able to pay attention to relationship marketing and cross selling. It is hoped that it can bring the company to a better direction in order to achieve marketing performance which will automatically increase sales growth of various existing products as a whole so that the company continues to grow. and become one of the national insurance companies that are part of economic growth and job creation to bring prosperity to employees and benefit the wider community.

Keywords: Marketing Performance, Relationship Marketing and Cross Selling