

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelajar SMA terhadap Penggunaan Produk Asuransi Kecelakaan Diri PT Takaful Keluarga Medan: Studi Kasus pada Pelajar SMA Islam Al-Ulum Terpadu Medan

¹Desi Rahmawati Supraja, ²Tri Inda Fadhila Rahma, ³Nursantri Yanti

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹Desirahma2799@gmail.com, ²tri.inda_fadhila@gmail.com,

³nursantriyanti@uinsu.ac.id

ABSTRACT

Personal accident insurance is protection against all risks of a person resulting in death and accidents to a person. This study aims to determine what factors affect the satisfaction of high school students whose one school is located in North Sumatra towards the use of personal accident insurance products at PT. Takaful Keluarga Medan. The method used in this study is a quantitative method. The population of this study was conducted on students in one of the senior high schools in North Sumatra with a sample finding of 71 students. Using primary data by distributing questionnaires and multiple regression analysis methods using hypothesis testing. The results of this study simultaneously from the variables of product quality, price, and service quality have a significant effect on customer satisfaction (high school students). Then partially the product quality variable also has an effect on customer satisfaction and the price variable itself has a significant effect on customer satisfaction and the quality variable has no significant positive effect on customer satisfaction (high school students).

Keywords: *Personal accident insurance, price, service quality, product quality.*

ABSTRAK

Asuransi kecelakaan diri adalah perlindungan terhadap segala risiko seseorang yang mengakibatkan kematian dan kecelakaan pada seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan siswa SMA yang salah satu sekolahnya berada di Sumatera Utara terhadap penggunaan produk asuransi kecelakaan diri di PT. Takaful Keluarga Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini dilakukan pada siswa di salah satu SMA di Sumatera Utara dengan jumlah sampel 71 siswa. Menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner dan metode analisis regresi berganda menggunakan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini secara simultan dari variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan (mahasiswa SMA). Kemudian secara parsial variabel kualitas produk juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan variabel harga itu sendiri berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kualitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (siswa SMA).

Kata kunci: Asuransi kecelakaan diri, harga, kualitas pelayanan, kualitas produk

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam era globalisasi sekarang ini banyak metode yang digunakan untuk menangani risiko, salah satunya adalah asuransi. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung apabila menghadapi risiko di kemudian hari. Banyak perusahaan asuransi nasional maupun multinasional yang berkompetisi untuk menjadi yang terbaik di industri ini. Berbagai variasi produk asuransi ditawarkan untuk menarik minat para calon nasabah. Produk PT. Takaful Keluarga dengan Produk Asuransi Kecelakaan Diri adalah salah satu contoh produk yang menawarkan kekuatan diferensiasi dan kemudahan dalam produknya. Dalam upaya memenangkan persaingan, maka manajemen perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan bagi nasabah.

Asuransi kecelakaan diri merupakan proteksi atas segala risiko seseorang yang mengakibatkan kematian dan kecelakaan pada diri seseorang (Dewa P.K. Mahardika, 2015: 245) Asuransi merupakan sarana financial dalam tata kehidupan, baik itu dalam menghadapi risiko kematian, atau dalam menghadapi atas risiko harta benda yang dimiliki. Asuransi sendiri dalam hal ini menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap risiko yang dihadapi perseorangan maupun risiko yang dihadapi perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan asuransi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut memuaskan nasabahnya, dan salah satunya adalah dengan memberikan kualitas produk yang baik, harga yang sesuai dengan manfaatnya, dan tentunya kualitas pelayanan perusahaan tersebut dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

Semua perusahaan baik barang maupun jasa, tentunya harus menyadari kepuasan pelanggannya, dan kepuasan ini harus dicapai oleh perusahaan tersebut. Dalam kapasitasnya sebagai perusahaan penyedia jasa asuransi,

kepuasan konsumen tersebut akan ditentukan sejauh mana manajemen mampu menghadirkan kinerja yang baik pada aspek-aspek yang dianggap penting oleh konsumen dalam kaitannya dengan penggunaan produk asuransi. Adapun aspek-aspek yang dianggap penting oleh konsumen dalam kaitannya dengan penggunaan produk jasa asuransi dapat dilihat dari kualitas produk, jasa, dan kualitas pelayanan di suatu perusahaan. Kualitas produk jasa merupakan salah satu kunci keberhasilan setiap perusahaan atau kegiatan yang bersifat jasa. Dengan menciptakan kualitas produk jasa yang baik akan mendorong timbulnya rasa puas dari nasabah. Dan tentunya hal ini juga akan mendorong timbulnya kepercayaan nasabah terhadap perusahaan, pada akhirnya akan tercipta citra yang positif perusahaan di mata masyarakat atau nasabah. Sedangkan harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang dilakukan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa (Tjiptono Fandy, 2014: 151). Sedangkan kualitas pelayanan merupakan konsep pelayanan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain (Moenir, 2006:16).

Jadi memang benar adanya bahwa kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berhubungan erat. Kualitas serta harga dari suatu produk sendiri memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini tentunya dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama bagaimana harapan serta kebutuhan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan suatu produk akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan tentunya bisa dibayangkan betapa kerugian dari kegagalan suatu perusahaan memuaskan nasabah. Harga produk yang sesuai dengan manfaat yang diterima nasabah atau pelanggan juga akan menimbulkan kepuasan yang bersifat positif.

Yayasan Perguruan Islam Al-ulum Terpadu Medan merupakan salah satu sekolah yang ada di Sumatera Utara. Sekolah ini juga menerapkan kepada siswa-siswinya yang berada di tingkat SMA untuk menggunakan produk asuransi yaitu asuransi kecelakaan diri yang dinaungi oleh PT. Takaful Keluarga Medan. Adapun jumlah siswa-siswi tingkat SMA di Al-ulum yang mengikuti asuransi kecelakaan

diri yaitu :

Tabel 1.1

Jumlah Data Siswa

SMA Al-Ulum Yang Menggunakan AsuransiKecelakaan Diri

TP. 2021/2022

Kelas	Banyak Siswa
X-MIA 1	33
X-MIA 2	33
X-IIS	27
XI-MIA	27
X-IIS	26
XII-MIA 1	28
XII-MIA 2	35
XII-IIS	35
Jumlah	244

Jumlah siswa diatas sebanyak 244 siswa sudah mengikuti program asuransi kecelakaan diri di PT. Takaful Keluarga Medan. Program asuransi kecelakaan diri ini merupakan program wajib yang harus diikuti oleh setiap siswa-siswi yang ada di Perguruan Islam Al-ulum Terpadu Medan. Berdasarkan wawancara dalam pra-riset yang dilakukan peneliti diketahui bahwa sebagian para alumni merasa tidak puas dengan kualitas produk, harga dan pelayanan PT. Asuransi Takaful Medan ini. Mereka menganggap bahwa asuransi kecelakaan diri ini kurang bermanfaat, kurang merasa puas dan kurang diminati kualitas produknya, karena dalam hal ini mereka hanya membayar iuran saja dan tentunya program asuransi kecelakaan diri ini merupakan kewajiban dari pihak sekolah. Salah satu alumni mengatakan bahwa dirinya pernah melakukan klaim asuransi kecelakaan diri di PT. Takaful Keluarga Medan, namun proses klaim ini

sedikit memakan waktu. Sebagian lagi mengatakan mereka tidak pernah mengklaim asuransi kecelakaan diri milik mereka.

Dari beberapa hal yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelajar SMA Al-Ulum Terhadap Penggunaan Produk Asuransi Kecelakaan Diri Di PT. Takaful Keluarga Medan (Studi Kasus Pada Pelajar SMA Al-Ulum Medan)".

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. Dengan menggunakan simbol- simbol angka tersebut, tehnik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum didalam suatu parameter (Nur Ahmadi, 2016).

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian, penentuan populasi merupakan hal yang penting untuk memberikan batasan secara jelas tentang objek yang akan diteliti. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang dimaksud populasi adalah seluruh siswa-siswi SMA Perguruam Islam Al-Ulum Terpadu Medan yang menggunakan produk jasa asuransi kecelakaan diri yang berjumlah 244 orang.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *rumus slovin*.

HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin perempuan 54% dan jenis kelamin laki-laki 46%. Berdasarkan Usia komposisi 14-18 tahun sebanyak 100%. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir paling tinggi responden dalam penelitian ini adalah SMA.

**Tabel 2 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov
Test**

		Unst anda rdize d Resi dual	
N		71	
Norma l Param eters ^{a,b}	Mean	,000 0000	
	Std. Deviation	1,24 4195 29	
Most Extre me Differe nces	Absolute	,064	
	Positive	,064	
	Negative	-,060	
Test Statistic		,064	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2- tailed) ^e	Sig.	,672	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,660
		Upper Bound	,684

a. Test Distribution is Normal

b. Calculated From Data

Dari hasil uji asumsi klasik untuk menguji normalitas residual yaitu

menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Didapatkan besarnya nilai signifikansi 0,200 yang lebih dari alpha (0,05) hasil tersebut menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal.

Tabel 3

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas Dari perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolinieritas, diperoleh nilai *tolerance* untuk semua variabel > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka model regresi tersebut tidak mengalami multikolinieritas. Pada variabel Kulaitas Produk nilai VIF nya adalah 4, 023, dan pada variabel Harga nilai VIF nya 4, 627, serta pada variabel Kualitas Pelayanan nilai VIF nya adalah 3, 315.

Berdasarkan hasil data tersebut maka dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan diatas 0,10 dan niai VIF berada dibawah 10,00. Hal ini menunjukkan hal tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Coefficients ^a					
Model	Unstand ardized Coefficie nts	Stan dar dize d Coef ficie nts	t	Si g.	Co lli ne ari ty St ati sti cs

		B	Std · Err or	Bet a			To le ra nc e
1	(Con stant)	- ,09 0	,81 8		- ,1 10	,9 13	
	Kuali tas Prod uk	,10 6	,05 9	,189	1, 77 6	,0 80	,2 49
	Harg a	,61 8	,09 4	,753	6, 59 9	<, 00 1	,2 16
	Kuali tas Pelay anan	- ,02 2	,09 1	- ,023	- ,2 38	,8 13	,3 02
a. Dependent Variable:		Kepuasan Nasabah					

Tabel 4
Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,289	,410		5,586	,000
	Kualitas Produk	-,078	,030	-,577	-2,601	,111
	Harga	,075	,047	,380	1,596	,115
	Kualitas Pelayanan	-,039	,046	-,171	-,848	,400

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan metode glesjer diperoleh nilai signifikansi semua variabel lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel menunjukkan level sig > 0, 05, yaitu untuk variabel Kualitas Produk.

Tabel 5
Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.9

Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,090	,818		-,110	,913		
	Kualitas Produk	,106	,059	,189	1,776	,002	,249	4,023
	Harga	,618	,094	,753	6,599	<,001	,216	4,627
	Kualitas Pelayanan	,022	,091	-,023	-,238	,813	,302	3,315

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan hasil diatas, persamaan regresi linier berganda dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = -0,90 + 0,106X_1 + 0,618X_2 + 0,22X_3 + e$$

- Nilai konstanta sebesar -0,90 hal ini menunjukkan apabila variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan, jika dianggap konstan (0), maka Kepuasan nasabah adalah -0,90..
- Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,106. Hal ini berarti setiap kenaikan Kualitas Produk sebesar 1 satuan akan menaikkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,106 satuan.
- Koefisien regresi variabel Harga (X_2) sebesar 0,618. Hal ini berarti setiap kenaikan Harga sebesar 1 satuan akan menaikkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,618 satuan.

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) memiliki thitung yang lebih besar dari $t_{hitung} > t_{tabel} = (2,776 > 1,9996)$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$, maka **H_0 ditolak dan H_1 diterima**. Sehingga Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suhardi “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Asuransi *Pru-Link Assurance Account Plus*” dimana berdasarkan penelitian ini Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk merupakan kemampuan seluruh produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Adapun menurut Kotler dan Keller kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi daripada keinginan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Harga (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = (6,599 > 1,9996)$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka **H_0 ditolak dan H_2 diterima**. Sehingga Harga secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ahmad Shofiyuddin As’ad yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Loyalitas Pelanggan”. Berdasarkan penelitian ini variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Menurut Tjiptono harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang dilakukan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Menurut Basu Swastha harga adalah sejumlah nilai yang ditukar konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Jadi harga adalah sejumlah uang atau nilai yang harus dibayarkan atas barang atau jasa yang di dapat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas Pelayanan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (-238 < 1,9989)$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,813 > 0,05$, maka **H_{03} dan H_{a3} ditolak**. Sehingga Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Karena para siswa-siswi membayarkan premi nya kepada pihak sekolah. Lalu, pihak sekolah

membayarkan premi kepada PT. Takaful Keluarga tersebut. Sehingga para siswa tidak mengetahui kualitas pelayanannya, karena adanya perantara yaitu pihak sekolah.

Menurut Moenir definisi dari konsep pelayanan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Aktivitas disini adalah suatu proses penggunaan akal, pikiran, panca indra dan anggota badan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang atau jasa. Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain inilah yang dinamakan pelayanan. Proses yang dimaksud dalam pengertian pelayanan adalah pengertian proses terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu pelayanan yang dimaksud adalah rangkaian organisasi manajemen. Meskipun demikian dalam arti luas proses menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan. Berdasarkan pada pengertian diatas dapat dirangkum bahwa pelayanan merupakan bagaimana cara kita melayani kepada konsumen atau pengguna jasa, sehingga dengan pelayanan yang kita berikan akan dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan pelanggan merasa diperhatikan serta dipuaskan kebutuhannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan nasabah (Y) dan seberapa besar pengaruhnya, berdasarkan hasil dari analisis data, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Sehingga semakin baik kualitas produk maka akan tercipta citra yang positif perusahaan dimata masyarakat atau nasabah.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Sehingga semakin baik harga suatu produk yang sesuai dengan manfaat yang diterima nasabah maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan nasabah.

3. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dikarenakan para siswa tidak mengetahui kualitas pelayanannya, karena adanya perantara yaitu pihak sekolah.
4. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan asuransi syariah

Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Alangkah baiknya jika perusahaan meningkatkan Kualitas pelayanannya, agar Kepuasan Nasabah dalam menggunakan asuransi kecelakaan diri di PT. Takaful Medan semakin meningkat.

2. Bagi Akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan dari referensi mengenai Kepuasan Nasabah dalam menggunakan produk asuransi kecelakaan diri bagi peneliti selanjutnya yang memiliki pembahasan yang serupa dengan yang penelitian yang telah peneliti lakukan.

- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian kedepannya dapat memperluas cakupan dan bahasannya untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan lengkap tentang Kepuasan Nasabah dalam menggunakan produk asuransi kecelakaan diri di PT. Takaful Medan.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta

As'ad, Ahmad Shohiful. 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta : Jurnal

Azrai Nasution, Muhammad, *Pengaruh Produk, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Produk Asuransi Takaful*

Dana Pendidikan (Stud Kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Di Medan), Medan: Jurnal

Bi Rahmani, Nur Ahmadi. 2016, *Metode Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UINSU Press

Bugin, Burhan. 2011, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana

Daulay, Aqwa Naser dan Muhammad Lathief Ilhamy Nasution. *Manajemen Pemasaran Asuransi Syariah*, 2019

Departemen Agama RI, 2006. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro

DSN-MUI. 2006, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Reved; 1*; Jakarta: CV Gaung Persada

Fadhilah, Tri Ina ,dkk, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril*, Medan: Jurnal

Fandy, Tjiptono. 2014, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset

Ghazali, Imam. 2013, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IMB SPSS 21 Update PLS Regresi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kadir, Muhammad Abdul. 2002, *Hukum Asuransi Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti

Kotler dan Amstrong. 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi 12*, Jakarta: Erlangga

Mahardika, Dewa P. K. 2015, *Mengenal Lembaga Keuangan*, Bekasi : Gramata Publishing

Malini, Ema. 2019, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Kecelakaan (Studi Kasus PT. Jasa Raharja Perwakilan TK 1 Medan)*, Medan : Skripsi FEBI UINSU

Moenir. 2006, *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*, Jakarta; Bumi Aksara
Muhammad. 2008, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

- Nasution, S. 2003, *Metode Research : Penelitian Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara
- Parasuraaman. 2011, *Kualitas Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Gava Media
- Soemitra, Andri. 2018, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Pranada Media Group
- Suhardi. 2009, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Asuransi Pru Link Assurance Account Plus*, Yogyakarta: Skripsi Universitas Sanata Dharma
- Sekaran, Uma. 2011, *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*, Jakarta: Salemba Empat
- Sula, Muhammad Syakir. 2014, *Asuransi Syariah (Life and General) : Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani Press
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Tjipno. 2004, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset
- Wahab, Wirdani. 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru*, Pekanbaru; Jurnal
- Yafiz, Muhammad, dkk. Pengantar Ilmu Ekonomi Islam, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016
- Zulkarnain, Fitrah Eliba. 2017, *Pengaruh Kualitas dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. Asuransi Jiwasraya di Kota Pekanbaru*, Pekanbaru: Jurnal

ManBiz: Journal of Management & Business

Volume 2 Nomor 1 (2023) 46-61 E-ISSN 2829-9213

DOI: 10.47467/manbiz.v1i2.1792