



PENGARUH PREMI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT. BRI LIFE CABANG JAMBI

Emi Eriyani

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: emieriyani178@gmail.com

Dr. Sucipto, M. A

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: sucipto.djaafar@uinjambi.ac.id

Agustina Mutia, S.E,M.E.I

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: agustinamutia69@gmail.com

Korespondensi penulis emieriyani178@gmail.com

Abstract : The purpose of this study was to determine the influence and how much the premium and service quality have on customer satisfaction at pt. Bri life Jambi branch. This research uses a quantitative approach with primary data collection techniques in the form of a questionnaire of 48 respondents. It can be concluded that the variable premium and service quality have a significant effect on customer satisfaction. The results showed that the calculated t value for the premium variable (Xi) was 2.589 with a significance level of 0.013 because t calculated was greater than t table ($2.589 < 0.05$), so it could be concluded that H_0 was rejected and H_a was accepted which stated that there was premium significantly positive effect on customer satisfaction Bank BRI Life

Abstract: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar premi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bri life cabang Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa kuesioner terhadap 48 responden. Dapat disimpulkan bahwa variabel premi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung untuk variabel premi (Xi) sebesar 2,589 dengan tingkat signifikansi 0,013 karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,589 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan premi terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Life

LATAR BELAKANG

Konsep asuransi sebenarnya sudah dikenal sejak zaman sebelum masehi, dimana manusia pada saat itu telah menyelamatkan jiwanya dari berbagai ancaman, antara lain kekurangan bahan makanan. Salah satu cerita mengenai kekurangan bahan makanan terjadi pada zaman Mesir kuno semasa Fir'aun berkuasa. Dalam konsep Islam dikenal dengan konsep "Aqilah". Aqilah adalah saling memikul atau bertanggungjawab untuk keluarganya. Jika salah seorang dari anggota suatu suku terbunuh oleh anggota suku yang lain, maka pewaris korban akan dibayar dengan uang darah (*diyat*) sebagai rampasan oleh keluarga terdekat dari pembunuh. Saudara terdekat dari pembunuh disebut 'aqilah. Lalu mereka mengumpulkan dana (*al-kanz*) yang digunakan untuk membantu keluarga yang terlibat dalam pembunuhan yang tidak disengaja.

Dasar hukum Asuransi Syariah di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2014 yaitu mengatur bahwa objek Asuransi di Indonesia hanya dapat diasuransikan pada

Received November 10, 2023; Revised November 12, 2023; Accepted November 15, 2023

*Corresponding author, e-mail address : emieriyani178@gmail.com

perusahaan Asuransi atau perusahaan Asuransi Syariah di Indonesia dan penutupan objek Asuransi tersebut harus memperhatikan optimalisasi kapasitas perusahaan Asuransi, perusahaan Asuransi Syariah, perusahaan reasuransian, dan perusahaan reasuransi Syariah dalam negeri. Asuransi syariah juga sudah diatur dalam Fatwa DSN MUI Nomor 21/ DSN-MUI/X/2001 tentang pedoman umum asuransi syariah.

Asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau tabarru" yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah adalah yang tidak mengandung gharar, maysir, riba, dzulm, risywah, barang haram dan maksiat.

Seperti halnya produk asuransi Syariah yang dimiliki oleh PT. BRI Life yang berkembang di Jambi. Asuransi ini merujuk pada tindakan, sistem, atau bisnis yang menawarkan perlindungan finansial dari segi jiwa, properti, dan kesehatan. Asuransi melibatkan adanya pembayaran premi yang dilakukan secara terus-menerus dengan rentang waktu tertentu sebagai jaminan dalam perlindungan yang ditawarkan. Perusahaan asuransi merupakan perusahaan finansial yang bergerak di bidang pelayanan jasa dengan produknya yang berupa perlindungan risiko. Dengan adanya asuransi jiwa ini, maka keluarga yang ditinggalkan merasa aman dari segi keuangan, walaupun ini tidak diharap-harap.

Beragamnya produk asuransi yang ditawarkan dari perusahaan asuransi lainnya menjadikan PT. BRI Life harus mampu unggul bila dibandingkan dengan perusahaan asuransi lainnya. Berikut pesaing Asuransi Jiwa Syariah pada produk Unit Link Syariah, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Pesaing Asuransi Jiwa Yang Berkembang di Jambi

No	Perusahaan Asuransi Syariah	Alamat Perusahaan
1	PT. Asuransi Askrida Syariah	Jl. Prof. Dr. Moh. Yamin, Kel. Lebak Bandung
2	PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin	Jl. M. Y. Singadekane, Kel. Sungai Putri
3	PT. Sun Life Financial	Jl. HMO Bafadhal, Kel. Sungai Asam
4	Allians Life Indonesia	Jl. Hayam Wuruk, Kel. Kebun Handil

Sumber Data: diolah peneliti, 2020

Banyaknya kantor agency PT. BRI Life di Indonesia, membuat semakin kuat persaingan antar kantor agency di berbagai daerah. Beberapa diantaranya mampu menunjukkan keunggulannya dalam persaingan antara Kantor Agency dari masing-masing kota. Berikut ini jumlah nasabah yang berhenti meneruskan menggunakan asuransi BRI Life.

Tabel 1.2
Jumlah Pemegang Polis Yang Tidak Meneruskan Menggunakan Polis Asuransi PT. BRI Life Tahun 2015-2020

No	Tahun	Jumlah Pemegang Polis
1	2015	87
2	2016	95
3	2017	107
4	2018	91
5	2019	89
6	2020	70

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 1.2 bahwa terjadi penurunan jumlah pemegang polis asuransi BRI Life. Hal tersebut mengindikasikan terdapatnya loyalitas nasabah pengguna asuransi BRI Life yang menurun. Dilihat dari tahun 2015 pemegang polis asuransi sebanyak 87 orang, tahun 2016 pemegang polis asuransi sebanyak 95 orang, tahun 2017 sebanyak 107 orang, tahun 2018 sebanyak 91 orang, tahun 2019 sebanyak 89 orang, dan tahun 2020 sebanyak 70 orang.

Keberhasilan sistem dalam berasuransi syariah hingga sekarang ini didukung bagaimana tarif premi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan asuransi tersebut. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu factor eksternal yang mendorong masyarakat untuk memilih dan menggunakan asuransi syariah seperti pendapatan, produk, lokasi, pelayanan, citra perusahaan, tarif premi dan promosi. Tarif premi merupakan sejumlah uang yang bertanggung berikan kepada pihak penanggung sebagai jaminan risiko yang ditanggung oleh penanggung untuk risiko tertentu, pada tempat tertentu dan untuk jangka waktu yang tertentu pula. Besarnya jumlah premi yang harus dibayarkan dapat disesuaikan dengan nilai pertanggungan yang dikehendaki oleh pihak tertanggung. Berikut wawancara dengan pimpinan PT. BRI Life Jambi, mengatakan:

“Tarif premi pengguna jasa Asuransi Unit Link Syariah ini dapat disesuaikan dengan pendapatan nasabah atau keinginan nasabah untuk menyisihkan jumlah uang untuk diasuransikan. Kebanyakan nasabah BRI Life menggunakan tarif yang paling kecil yaitu Rp.300.000. Tarif premi Unit Link Syariah paling kecil hingga paling besar pada BRI Life sebesar Rp. 300.000, Rp.500.000, Rp.1.000.000, Rp.10.000.000 hingga mencapai Rp.100.000.000.”

Manfaat yang tidak sesuai dengan tarif premi yang dibayarkan nasabah akan berujung pada meningkatnya jumlah nasabah yang menutup polis dikarenakan oleh ketidakmampuan nasabah dalam membayar sejumlah uang untuk produk asuransi yang dipilihnya. Terjadinya peningkatan dalam penutupan polis oleh nasabah menunjukkan adanya ketidakpuasan nasabah. Ketidakpuasan nasabah diakibatkan oleh adanya perbedaan ekspektasi nasabah dengan kinerja produk yang telah dibeli. Besarnya tarif premi yang harus dibayarkan tidak ditetapkan oleh pemerintah, tetapi di sesuaikan dengan nilai pertanggungan risiko yang disepakati oleh pihak tertanggung atau nasabah. Setiap nasabah menginginkan harga premi yang dapat di jangkau dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Akan tetapi masih banyak perusahaan asuransi yang belum dapat mewujudkan harga premi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini mengakibatkan kurangnya kepuasan nasabah terhadap perusahaan asuransi. Dengan harapan, premi atau uang kontribusi yang dapat di jangkau oleh nasabah, perusahaan bisa meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam meningkatkan dan mempertahankan nasabah PT. BRI Life juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah maupun calon nasabah. Perusahaan asuransi yang mampu memperlakukan nasabahnya dengan baik dapat mempertahankan posisinya dalam industri pelayanan jasa. Menurut Goetsh dan Davis dalam Arif bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pelayanan yang baik menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah asuransi syariah. Menurut Danang Sunyoto mengatakan bahwa kualitas layanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan keinginan dan harapan konsumen. Jika nasabah merasa puas akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai asuransi maka nasabah memiliki ketertarikan akan membeli produk asuransi tersebut. Sedangkan apabila pelayanan yang diberikan perusahaan asuransi kurang baik akan berpengaruh terhadap ketidakpuasan nasabah pada perusahaan asuransi.

KAJIAN TEORITIS

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan nasabah secara umum dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima nasabah dengan kinerja produk dan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah.. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan terhadap harapannya. Menurut Richard F. Gerson Kepuasan nasabah adalah jika harapan telah

terpenuhi atau terlampaui. Menurut Hoffman dan Beteson Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perbandingan dari ekpektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi jasa yang sebenarnya

b. Indikator Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan terhadap suatu produk atau jasa yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan sesuai dengan yang diinginkan. Jika pelayanan yang diberikan dibawah harapan pelanggan maka hasilnya tidak puas dan apabila pelayanan sesuai yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Menurut Hawkins dalam buku Tjiptono, beberapa indikator kepuasan nasabah sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian Harapan, maksudnya tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh nasabah.
- 2) Minat berkunjung ulang, ada kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali untuk melakukan pembelian ulang pada produk tertentu.
- 3) Kesediaan merekomendasi, terdapat nasabah yang bersedia merekomendasikan produk atau jasa yang dirasakannya terhadap teman atau keluarga terdekat.

Dimensi kepuasan pelanggan menurut *customer satisfaction measurement survey* (SCMS) yang digunakan oleh *intercept research corporation*, adalah sebagai berikut.

- 1) *Quality image* (citra mengenai kualitas),
- 2) *Relational outcomes* (hasil-hasil yang berhubungan)
- 3) *Order fulfillment* (pemuenuhan pesanan), *Delivery Service* (penyampaian Pelayanan)
- 4) *Inside customer service support* (dukungan bagian pelayanan pelanggan)
- 5) *Outside sales person support* (dukungan bagian pemasaran)
- 6) *Recommendation* (rekomendasi), *Reporting and billing* (laporan dan penagihan)

c. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu:

- 1) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas
- 2) Kualitas pelayanan, pada industri jasa adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan
- 3) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan bukan diperoleh karena kualitas produk, tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- 5) Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk /jasa (pengorbanan semakin kecil), cenderung puas terhadap produk/jasa ini.

d. Kepuasan Nasabah dalam Islam

Dalam pandangan islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Memberikan pelayanan merupakan investasi yang nantinya akan diperoleh keuntungannya. Maka dari itu karyawan harus memiliki etika yang baik untuk melayani pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

Dalam ilmu ekonomi islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *Qana'ah*.

Kepuasan dalam islam (*Qana'ah*) merupakan cerminan seseorang baik secara lahiriah maupun bathiniyah. Kepuasan dalam islam mendorong seorang konsumen muslim

bersikap adil. Konsep kepuasan dalam islam melahirkan rasa syukur. Kepuasan dalam islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:

- 1) Barang atau jasa yang dikonsumsi halal, Tidak mengandung riba.
- 2) Dalam mengkonsumsi barang atau jasa tidak berlebihan

2. Premi

a. Pengertian Tarif Premi

Penetapan harga adalah suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kalinya. Penetapan harga merupakan hal penting untuk menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun *non profit* Dalam menetapkan harga perusahaan harus mempertimbangkan banyak factor dalam menyusun kebijakan penetapan harga. Ada enam langkah dalam menetapkan harga antara lain:

- 1) Memilih tujuan penetapan harga, menentukan permintaan pasar
- 2) Memperkirakan biaya, menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing
- 3) Memilih metode penetapan harga, memilih harga akhir

Tarif premi merupakan beban kewajiban yang harus dibayar oleh pemegang polis (peserta), karena premi ini yang akan dijadikan kalim resiko ketika terjadi musibah pada peserta. Oleh karena itu sudah menjadi kewajiban peserta asuransi untuk membayarnya. Dalam fatwa MUI, premi yang dibayar dan dibagikan hasilnya harus sesuai dengan akad yang digunakan sebagaimana fatwanya:

- 1) Pembayaran premi didasarkan atas akad *ijarah* dan *tabarru'*.
- 2) Untuk menentukan besarnya premi, perusahaan asuransi syariah dapat menggunakan rujukan, misalnya tabel mortalitas untuk asuransi jiwa dan tabel morbidita untuk asuransi kesehatan.
- 3) Premi yang berasal dari jenis akad mudharabah dan diinvestasikan dan hasil investasinya dibagi-hasilkan kepada peserta.
- 4) Premi yang berasal dari jenis akad *tabarru'* dapat diinvestasikan.

Tarif premi adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pihak pemegang polis (tertanggung) sesuai perjanjian kepada pihak asuransi (penanggung) untuk memperoleh proteksi akibat terjadinya risiko. Terdapat beberapa kriteria premi asuransi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Premi asuransi dibayarkan dalam bentuk sejumlah uang.
- 2) Premi asuransi dibayar terlebih dahulu oleh tertanggung (pemegang polis).
- 3) Premi asuransi dibayarkan sebagai imbalan pengalihan risiko.
- 4) Dihitung berdasarkan persentase terhadap nilai risiko yang dialihkan.

Premi sangat penting bagi penanggung, karena dengan premi yang berhasil dikumpulkan dan para tertanggung (yang jumlahnya cukup banyak) dalam waktu yang relatif lama, akan membentuk sejumlah dana yang cukup besar, dan dari dana tersebut perusahaan asuransi akan mampu:

- 1) Mengembalikan tertanggung kepada posisi (ekonomi) seperti sebelum terjadi kerugian.
- 2) Menghindari tertanggung dari kebangkrutan sedemikian rupa, sehingga mampu berdiri pada posisi seperti keadaan sebelum terjadi kerugian.

Sedang bagi tertanggung premi juga sangat penting, karena premi yang harus dibayar adalah unsur biaya baginya, yang akan mempengaruhi kegiatan/tingkat konsumsinya. Oleh karena itu, tinggi rendahnya premi pada umumnya akan menjadi pertimbangan utama bagi tertanggung apakah dia akan menutup risiko dengan asuransi atau tidak. Besarnya klaim yang dibayarkan tergantung besarnya premi yang dibayar oleh peserta dan pihak underwriting yang menentukan apa saja yang menjadi tanggungan peserta dan besarnya biaya risiko terhadap peserta. Perbedaan besaran pembayaran premi disebabkan beberapa faktor, antara lain:

b. Indikator-Indikator Premi

Indikator premi asuransi syariah yang menentukan perhitungan premi asuransi jiwa, yaitu:

- 1) Tabel mortalitas, Asumsi bagi hasil (*mudharabah*)
- 2) Biaya-biaya asuransi yang adil dan tidak menzalimi peserta

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi premi asuransi adalah:

- 1) Besarnya uang pertanggungan, jumlah nilai kontrak pada polis asuransi jiwa disebut uang pertanggungan nasabah, jika semakin besar uang pertanggungan maka semakin besar pula premi yang harus dibayarkan oleh nasabah pemegang polis.
- 2) umur, jika umur nasabah semakin tua maka semakin besar pula tingkat premi yang harus dibayarkan oleh nasabah pemegang polis karena hal tersebut berkaitan dengan resiko kematian nasabah.
- 3) jenis kelamin, terdapat beberapa perusahaan yang membedakan tingkat premi antara laki-laki dan perempuan, namun pada umumnya di Indonesia tidak ada perbedaan tingkat premi yang harus dibayarkan. Perbedaan ini dimungkinkan karena pada hakikatnya wanita memiliki umur yang lebih panjang dari pada umur hidup laki-laki.
- 4) Masa Asuransi, tarif premi ini juga dapat berbeda karena usia yang sama dengan asuransi yang berbeda, karena semakin lama masa pertanggungan nasabah maka semakin besar pula resiko yang ditanggung oleh perusahaan sehingga mempengaruhi besarnya premi tersebut.
- 5) Riwayat kesehatan, besar kecilnya premi yang harus terbayar oleh nasabah juga tergantung dari keadaan kesehatan nasabah tersebut. jika nasabah memiliki kondisi kesehatan yang buruk maka semakin tinggi resiko kematiannya.
- 6) Persistensi, tidak semua polis berakhir sesuai dengan perjanjian kontraknya, kontrak polis bisa saja terhenti ditengah jalan atau *lapse*, hal ini karena nasabah tidak membayarkan besarnya asuransi yang sudah menjadi tertanggungnya.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Philip Kotler dalam Arief mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Pelayanan yaitu suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apayang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yangsebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yangberulang-ulang. Pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari perusahaan saingan. Jika masyarakat simpati, akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk/jasa akan lebih lancar. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Konsep orientasi pelayanan lebih menekankan pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan pada sebuah organisasi.

b. Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

- 1) *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima dilapangan.
- 2) *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa.
- 3) *Corporate image*, yaitu prifil, reputasi, citra umum, daya tarik khusus suatu perusahaan.
- 4) **Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Menurut Lovelock dan Wright, terdapat enam faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, sebagai berikut yaitu:

- 1) Kesenjangan pengetahuan, merupakan perbedaan antara keyakinan penyedia jasa atau produk tentang harapan dan kebutuhan pelanggan yang sebenarnya.
- 2) Kesenjangan ukuran, merupakan perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan ukuran kualitas dalam menyampaikan jasa.
- 3) Kesenjangan penyampaian, merupakan perbedaan antara spesifikasi ukuran penyampaian dan kinerja actual penyedia jasa.
- 4) Kesenjangan persepsi, merupakan perbedaan antara proses penyampaian dan persepsi yang akan pelanggan terima dari sebuah pelayanan jasa.
- 5) Kesenjangan interpretasi, merupakan perbedaan antara informasi yang akan diberikan oleh penyedia jasa dengan informasi yang diterima oleh pelanggan.
- 6) Kesenjangan pelayanan, merupakan perbedaan antara apa yang menjadi harapan akan dirasakan pelanggan dan persepsi mengenai pelayanan yang diterima.

c. Kualitas Pelayanan Dalam Islam

Islam merupakan agama yang mengatur segala dimensi kehidupan. Konsep dalam Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini dapat dilihat dalam Al-Qur'an: (Q.S Al-Baqarah ayat 267) :

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.*

Rasulullah bersabda yang artinya:

“Seseorang imam (pemimpin) adalah pemelihara dan pengatur urusan (rakyat) ia akan diminta pertanggungjawaban atas urusan rakyatnya”(HR.Bukhari dan muslim).

Rasulullah mengatakan “*Saidul kaum khadimuhum*”. Pengurus itu adalah pelayan rakyat atau dalam makna yang luas berarti perusahaan dalam bisnis apapun, apalagi bisnis yang terkait dengan pelayanan, harus benar-bener mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada *customer*, karena pelayanan (khitmah) adalah salah satu bagian penting dalam muamalah islami. Etika pelayanan yang baik antara lain sebagai berikut:

- 1) Memiliki Kepribadian Spiritual (Takwa), Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah SWT bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka, misalnya ia harus menghentikan aktivitas bisnisnya saat datang panggilan shalat, sebagaimana firman Allah SWT QS. Al-Jumu'ah: 9-10

Artinya: *Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung*

- 1) Berperilaku baik dan simpatik, merupakan hal yang paling penting dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan. Perilaku yang baik merupakan sifat yang ada dalam diri manusia. Sifat yang dicintai oleh Allah. Manusia harus memiliki sifat baik tersebut. Al-Qur'an mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik, Allah SWT berfirman: QS. Al-Hijr: 88

Artinya: *Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-*

orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman.

- 2) Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), hukumnya wajib. Allah SWT mencintai orang-orang yang berbuat adil dan membenci orang-orang yang berbuat zalim, bahkan melaknat mereka sebagaimana firman-Nya, QS. Hud: 18)

Artinya: Dan siapakah yang lebih zalim daripada orang yang membuat-buat dusta terhadap Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka, dan para saksi akan berkata: "Orang-orang inilah yang telah berdusta terhadap Tuhan mereka". Ingatlah, kutukan Allah (ditimpakan) atas orang-orang yang zalim.

- 3) Melayani dengan Senyum dan Rendah Hati, Melayani merupakan sikap utama dari seorang karyawan. Dalam islam rendah hati merupakan salah satu akhlak yang baik seperti yang diperintahkan seseorang hendaklah bersifat rendah hati, sopan, ramah, selalu memberi senyuman kepada pelanggan.

- 4) Selalu Menepati Janji dan Tidak Curang (*Tathfif*)

Allah SWT berfirman, QS. Al-Baqarah: 283)

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'adalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

- 5) Jujur dan Terpercaya

Diantara akhlak yang harus menghiasi pelayanan dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Terkadang sifat jujur dianggap mudah untuk dilaksanakan bagi orang-orang awam manakala tidak dihadapkan pada ujian yang berat atau tidak dihadapkan pada godaan duniawi. Disinilah islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki terletak pada muamalah mereka. Rasulullah SAW bersabda:

"pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, para shiddqin, orang-orang yang meninggal syahid dalam peperangan dan orang-orang yang shaleh." (HR. Tirmidzi, dalam Maushuah al hadis al Syarif Versi 2, 1991-1997

Hubungan Antar Variabel

a. Pengaruh Premi (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Premi merupakan sejumlah uang yang bertanggung berikan kepada pihak penanggung sebagai jaminan risiko yang ditanggung oleh penanggung untuk risiko tertentu, pada tempat tertentu dan untuk jangka waktu yang tertentu pula. Besarnya jumlah premi yang harus dibayarkan dapat disesuaikan dengan nilai pertanggungan yang dikehendaki oleh pihak tertanggung. Penelitian oleh Nursalim menyatakan harga atau tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Ariyani dan Rosinta dalam penelitiannya mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabah memberikan citra yang baik kepada masyarakat umum sehingga dapat memberikan keuntungan yang optimal kepada perusahaan tersebut dan kualitas pelayanan jasa yang rendah tidak hanya menimbulkan ketidakpuasan pada nasabah, tetapi juga berdampak pada orang lain. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Azizah, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif secara simultan terhadap loyalitas nasabah BRI Cabang Semarang Pandanaran.

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini didesain sebagai penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Metode deskriptif

dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti pada sebuah organisasi PT. BRI Life Cabang Jambi di Jalan Prof M. Yamin No.31 Lebak Bandung.

B. Jenis dan Sumber Data

Data primer pada penelitian ini adalah data yang dikumpulkan langsung dari penyebaran kuesioner penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah Asuransi di PT. BRI Life Jambi.

Data Sekunder, yakni data yang berasal dari buku-buku, Jurnal-jurnal, Al-Qur'an maupun hadits, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

C. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan informasi. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan 3 bentuk teknik pengumpulan data yaitu strategi observasi, Interview (wawancara) dan kuesioner, dokumentasi.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Analisis Data

a. Uji Validitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

No	Kode Variabel		r hitung	r tabel	Ket
1	Premi (X1)	X1.1	0,557	0,291	Valid
2		X1.2	0,691	0,291	Valid
3		X1.3	0,713	0,291	Valid
4		X1.4	0,612	0,291	Valid
5		X1.5	0,565	0,291	Valid
6		X1.6	0,416	0,291	Valid
7		X1.7	0,697	0,291	Valid
8		X1.8	0,455	0,291	Valid
9	Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,705	0,291	Valid
10		X2.2	0,622	0,291	Valid
11		X2.3	0,579	0,291	Valid
12	Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,532	0,291	Valid
13		Y.2	0,693	0,291	Valid
14		Y.3	0,650	0,291	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2023

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Kode Variabel	Cronbach's Alpha	r tabel	Ket
1.	Premi (X1)	0,729	> 0,60	Reliabel
2.	Kualitas Layanan (X2)	0,718	> 0,60	Reliabel
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	0,613	> 0,60	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 22, 2023

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menghasil nilai cronbach's alpha memiliki nilai lebih besar dari > 0,60 dari variabel (X1), kualitas pelayanan (X2), dan variabel kepuasan nasabah (Y) sehingga dapat disimpulkan semua variabel dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

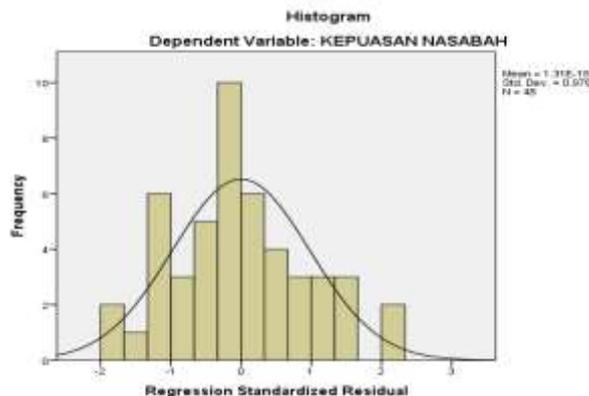
a. Uji Normalitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	48	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.04737703
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.072
Test Statistic	.095	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}	
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai residual untuk data sebesar 0,200 yang berarti $> 0,05$ maka dapat disimpulkan residual berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas atau dapat dikatakan data penelitian berdistribusi normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas Histogram



Menurut hasil uji grafik histogram diatas terlihat garis dan pola tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.241	1.351		3.139	.003	
	Premi	.137	.053	.378	2.589	.013	.625 1.600

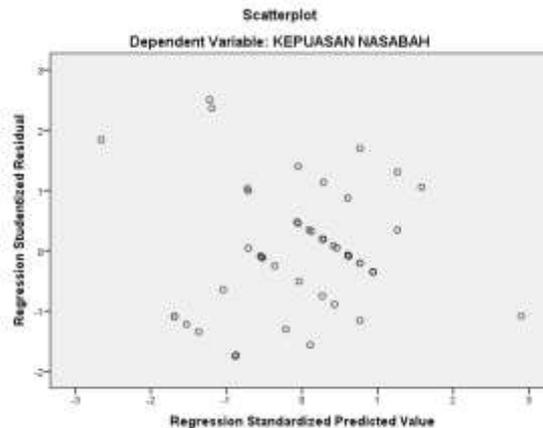
Kualitas Pelayanan	.287	.129	.325	2.222	.031	.625	1.600
--------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance dan nilai VIF dari kedua variabel independen adalah premi (X1) dengan nilai *tolerance* 0,625 > (0,1) dan VIF hitung (1,600) < 10. Persepsi manfaat (X2) dengan nilai *tolerance* 0,625 > (0,1) dan VIF hitung (1,600) < 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai *tolerance* masing-masing variabel independen berada diatas 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel independen dibawah 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar di atas menunjukkan titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu y, dan tidak mempunyai pola yang teratur. Maka kesimpulan variabel bebas yang diuji menggunakan scatterplot tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.5
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.241	1.351		3.139	.003
Tarif Premi	.137	.053	.378	2.589	.013
Kualitas Pelayanan	.287	.129	.325	2.222	.031

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$= 4,241 + 0,137 + 0,287 + e$$

Dari hasil persamaan regresi berganda tersebut maka :

- a) Nilai konstanta sebesar 4,241, artinya apabila variabel independen (X) yaitu premi dan kualitas pelayanan dalam kondisi konstan atau bernilai 0 maka kepuasan nasabah sebesar 4,241.
- b) Nilai koefisien regresi tarif premi (X1) sebesar 0,137, artinya apabila variabel premi naik 1 satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,137. Koefisien

bernilai positif diartikan bahwa semakin tinggi tarif premi dilakukan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi.

- c) Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,287, artinya apabila variabel kualitas pelayanan naik 1 satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,287. Koefisien bernilai positif diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan dilakukan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Tabel 4.6
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.241	1.351		3.139	.003
PREMI	.137	.053	.378	2.589	.013
KUALITAS PELAYANAN	.287	.129	.325	2.222	.031

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

$$T_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 48-2-1) \\ = t(0,025; 45) = 2,014$$

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai t_{hitung} dari setiap variabel yaitu:

- 1) Nilai t hitung pada variabel premi (X_1) adalah sebesar 2,589 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,013. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($2,589 > 2,014$) dan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan positif tarif premi terhadap kepuasan nasabah bank BRI *life*.
- 2) Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 2,222 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($2,222 > 2,014$) dan nilai signifikansi $0,031 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank BRI *life*.

b. Uji F

Tabel 4.7
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	34.254	2	17.127	14.948	.000 ^b
Residual	51.559	45	1.146		
Total	85.813	47			

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PREMI

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai f_{hitung} sebesar dan nilai signifikansi sebesar. cara menentukan f_{tabel} adalah

$$F_{\text{tabel}} = F(\alpha/2; n-k-1) = F(0,05/2; 48-2-1)$$

$$= F (0,025;45) = 3,20$$

Berdasarkan hasil uji f dapat diketahui nilai signifikansi untuk premi (X1), dan kualitas pelayanan (X2), secara siltultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel ($14,948 > 2,638$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel tarif premi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank BRI *Life*.

5. Uji Koefisien Determinan

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 ^a	.399	.372	1.07040

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PREMI

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh besarnya nilai Adjuster R square (R2) adalah 0,372 atau 37,2% . Hasil ini menunjukkan bahwa 37,2% variabel tarif premi dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya 62,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang dijelaskan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Premi Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t (parsial) ditemukan bahwa nilai t hitung pada variabel premi (X₁) adalah sebesar 2.589 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,013. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($2,589 > 2,014$) dan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan positif premi terhadap kepuasan nasabah Bank BRI *Life*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Danang Setyanto yang mengatakan premi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nabah, yang artinya semakin tinggi tingkat tarif premi semakin tinggi juga tingkat kepuasana nasabah pada Bank BRI *Life*.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t (parsial) ditemukan bahwa nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X₂) adalah sebesar 2,222 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,10. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($2,222 > 2,014$) dan nilai signifikansi $0,031 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI *Life*.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Yelly Trisusanti yang mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan bank yang diberikan kepada nasabah maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah pada bank BRI *Life*.

3. Pengaruh Premi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji f dapat diketahui nilai signifikansi untuk premi (X1), dan kualitas pelayanan (X2), secara siltultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel ($14,948 > 2,638$). Maka dapat

disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel premi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank BRI *Life*.

Nilai Adjuster R square (koefisien determinan) adalah 0,372 atau 37,2% . Hasil ini menunjukkan bahwa 37,2% variabel tarif premi dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya 62,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh yang menyatakan Paramananda premi dan kualitas pelayanan akan mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah, yang artinya apabila tarif premi nya sesuai dan kualitas pelayanan bank yang diberikan kepada nasabah sangat bagus dan baik maka akan mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah tersebut pada Bank BRI *Life*.

KESIMPULAN

Dari hasil peneltian dan pembahasan di atas mengenai pengaruh tarif premi dan kualitas pelayan terhadap kepuasan nasabah pada bank bri life maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Premi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Life Jambi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil nilai t_{hitung} (2,589 > 2,014) dan nilai signifikansi 0,013 < 0,05, yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Kualitas layanan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Life Jambi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil nilai (2,222 > 2,014) dan nilai signifikansi 0,031 < 0,05, yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Premi (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2), secara silmultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai F_{hitung} > F_{tabel} (14,948 > 2,638). Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. yang artinya apabila tarif premi nya sesuai dan kualitas pelayanan bank yang diberikan kepada nasabah sangat bagus dan baik maka akan mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah tersebut pada Bank BRI *Life*.

DAFTAR REFERENSI

- Aristyo Adisaputro, *Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan (Studi Kasus pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2014, Tentang Asuransi Syariah di Indonesia.
- Aristyo Adisaputro, *Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan (Studi Kasus pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 80.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 337
- Moch Darsan Sinungan, *Manajemen Dana Asuransi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), Hlm. 88.
- Wawancara dengan Bapak Tomi selaku Pimpinan BRI Life Jambi, tanggal 5 Januari 2021.
- Sintya Dewi Siahaan, Tirta Nadia Sibarani, dan Nurmaidah Ginting, Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Asc Medan Utara, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* 10, no. 03 (2021): 472–84.

- Siti Muddawamah, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Syariah Cabang Ciputat, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah,2013).
- Mts. Arif, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2018), hlm. 117
- Heri Syah Putra Siregar, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Premi dan Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi PT. Askrido (Persero) Cabang Kisaran,|| *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 3 (2016): 16.
- Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hLM. 7.
- Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), Hlm. 181.
- Mts. Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang, IKAPI: 2018), hlm. 167
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta, Andi: 2014), hlm.101
- Mts. Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang, IKAPI: 2018), hlm. 168
- Ririn Tri Ratnasari and Mastuti H. Aksa, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), Hlm. 117-118.
- Rezki Febriani, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Salam), (Makassar:UIN Alauddin Makassar, 2017) , Hlm 41
- Fitria Solahika Salma, Ririn Tri Ratnasari, Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelangganhotel Grand Kalimas Di Surabaya, *JESTT*, Vol. 2, No.4, April 2015, Hlm. 327
- Fitria Solahika Salma, Ririn Tri Ratnasari, Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelangganhotel Grand Kalimas Di Surabaya, *JESTT*, Vol. 2, No.4, April 2015, Hlm. 327
- Mushaf, *Al-Quran Terjemahan Ash-Shafa*, QS.At-Taubah : 59, (Surakarta: Shafa Media, 2016).
- Abdul Gopur Rasidi, Pengaruh Lokasi, Reigiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Produk Tabungan Islamic (iB) Dhuha Haji Di PT. Bank Riau Kepri Capem Flamboyan, (Pekanbaru: Uin Sultan Syarif Kasim Riau, 2019)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm.35.
- Danang Setyanto, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komplain Terhadap Loyalitas Nasabah studi kasus pada nasabah asuransi jiwa di AJB Bumiputera 1912 kantor cabang Magelang, *Skripsi*, 2016.
- Yelly Trisusanti, Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas nasabah pada bank BNI Syariah kantor cabang Pekanbaru, *Skripsi*, 2017
- Paramananda, Pengaruh Tarif Premi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Iklan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 4, 2015 ISSN: 2302-8912