

**PENGARUH TARIF PREMI DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
ASURANSI SYARIAH PADA PT SUNLIFE  
FINANCIAL SYARIAH CABANG  
BANDAR LAMPUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh:**

**Amanda Ayu Melani  
NPM 1851020405**

**Program Studi: Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2022 M**

**PENGARUH TARIF PREMI DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
ASURANSI SYARIAH PADA PT SUNLIFE  
FINANCIAL SYARIAH CABANG  
BANDAR LAMPUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Mematuhi  
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh:**

**Amanda Ayu Melani  
NPM: 1851020405**

**Program Studi: Perbankan Syariah**

**Pembimbing I: Femei Purnamasari, M.Si  
Pembimbing II: Liya Ermawati. S.E.,M.S.Ak**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2022 M**

## ABSTRAK

Kepuasan nasabah adalah perasaan suka atau kecewa seseorang yang ditimbulkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Keberhasilan suatu perusahaan diperoleh apabila nasabah merasa puas terhadap suatu produk yang telah dibeli. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah asuransi syariah, seperti tarif premi yang ditetapkan perusahaan asuransi harus dapat dijangkau dan sesuai dengan kebutuhan serta manfaat yang diterima nasabah. Serta apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan asuransi syariah kepada nasabah baik dan sesuai harapan, maka hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tarif premi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah asuransi syariah pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung secara parsial maupun simultan. Objek penelitian ini adalah kepuasan nasabah sebagai variabel dependen dan dua variabel independen yaitu tarif premi dan kualitas layanan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari instrument penelitian berupa kuesioner yang dibagikan kepada nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah asuransi PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung tahun 2021 yang berjumlah 120 nasabah. Sampel dalam penelitian ini adalah 55 nasabah yang diperoleh menggunakan teknik *simple random sampling* dengan rumus *slovin*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel tarif premi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah asuransi syariah pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung. Secara parsial variabel tarif premi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah asuransi syariah pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

**Kata kunci: Tarif Premi, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah**

## **ABSTRACT**

*Customer satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment caused by the perceived performance or results of a product compared to his expectations. A company's success is obtained when customers are satisfied with a product that has been purchased. Many factors can affect the level of satisfaction of sharia insurance customers, such as premium rates set by insurance companies that must be achievable and follow the needs and benefits received by customers. Moreover, if the quality of service provided by sharia insurance companies to customers is good and in line with expectations, this can affect customer satisfaction. This study aims to analyze the effect of premium rates and service quality on sharia insurance customer satisfaction at PT SunLife Financial Syariah Bandar Lampung Branch partially or simultaneously. The object of this research is customer satisfaction as the dependent variable and two independent variables, namely premium rates and service quality.*

*This research uses quantitative research. The type of data used in this study is primary data obtained from research instruments in questionnaires distributed to customers. The population in this study were all insurance customers of PT SunLife Financial Syariah Bandar Lampung Branch in 2021, totalling 120 customers. The sample in this study was 55 customers who were obtained using a simple random sampling technique with the Slovin formula. Analysis of the data used in this study is a multiple linear regression analysis using the SPSS 26 program.*

*The results showed that simultaneously the variable premium rates and service quality had a positive and significantly affected customer satisfaction with sharia insurance at PT SunLife Financial Syariah Bandar Lampung Branch. Partially, the premium rate variable has no effect significant on customer satisfaction. Meanwhile, the service quality variable has a positive and significantly affects customer satisfaction with sharia insurance at PT SunLife Financial Syariah Bandar Lampung Branch.*

**Keywords: Premium Rates, Quality of Service, visitors**



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

---

Jln. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame. Bandar Lampung Telp. (0721)780887-703531 Fax. 780442

---

**SURAT PERNYATAAN**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanda Ayu Melani  
NPM : 1851020405  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Tarif Premi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah Pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bandar Lampung, 20 Juli 2022

Penulis,



**Amanda Ayu Melani**

**NPM. 1851020405**



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame. Bandar Lampung Telp. (0721)780887-703531 Fax. 780442

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Tarif Premi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah Pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung  
Nama : Amanda Ayu Melani  
NPM : 1851020405  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Femei Purnamasari, M.Si**  
**NIP. 198405212015032004**

**Pembimbing II**

**Liya Ermawati, S.E., M.S.Ak**  
**NIP. 198903072019032020**

**Ketua Jurusan**

**Any Eliza, S.E., M.Ak**  
**NIP. 198308152006042004**



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame. Bandar Lampung Telp. (0721)780887-703531 Fax. 780442

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Tarif Premi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah Pada PT Sunlife Financial Syariah Bandar Lampung”** disusun oleh: **Amanda Ayu Melani NPM: 1851020405**, Program Studi: **Perbankan Syariah**, Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Selasa, 20 September 2022.**

**TIM PENGUJI**

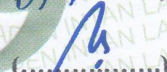
**Ketua : Nurlaili, S.Ag., M.A**



**Sekretaris : Is Susanto, M.E.Sy**



**Penguji I : Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I**



**Penguji II : Femei Purnamasari, M.Si**



Mengetahui,  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. Tuhis Suryanto, M.M., Akt., CA**

**NIP. 197009262008011008**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisaa [4]:29).*

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ

*“Maka berkat dari Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu.” (Q.S Al Imran [3]:159).*



## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dengan skripsi ini saya persembahkan dengan penuh cinta dan kasih kepada:

1. Kepada orang tuaku tercinta, Ayah Saryono dan Ibu Zaemah, S.Pd. kupersembahkan skripsi ini untuk Ayah dan Ibu. Terimakasih atas segala dukungan, semangat, motivasi, doa dan nasihat, serta pengorbanan dan kasih sayang yang tulus yang tak terhingga. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan kebahagiaan kepada kalian, orang tuaku tercinta.
2. Kepada kakak dan adikku tersayang. Yoza Rizkia Hanif, S.KM dan Muhammad Andhika Fardhan. Terimakasih telah menjadi saudara terbaikku, doa dan dukungan kalian yang bisa memberikan semangat sehingga dapat menyelesaikan pendidikan ini. Terimakasih atas segala semangat, motivasi, pengertian dan kepedulian kalian untukku.
3. Dan untuk almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, yang telah memberikan pengalaman yang berharga, semoga selalu jaya dan dapat mencetak generasi-generasi islami yang terbaik.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Amanda Ayu Melani, dilahirkan di Bengkulu pada tanggal 27 Oktober 2000. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan Ayah Saryono dan Ibu Zaemah. Berikut riwayat pendidikan yang telah diselesaikan penulis:

1. Taman Kanak-Kanak (TK) Handayani, Ngestikarya, Waway Karya, Lampung Timur lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2006.
2. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 02 Karang Pucung, Way Sulan, Lampung Selatan lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2012.
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 02 Waway Karya, Lampung Timur lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2015.
4. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Way Sulan, Lampung Selatan lulus dan mendapatkan ijazah pada tahun 2018.
5. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun angkatan 2018.

Selama menjadi mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung unit kegiatan mahasiswa yang penulis ikuti yaitu KOPMA (Koperasi Mahasiswa) sebagai anggota periode 2018-2019.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahilahirabilalamin, segala puji hanya milik Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, berupa nikmat iman, nikmat islam, nikmat sehat serta nikmat kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Tarif Premi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah Pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung” dengan baik. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat serta pengikutnya yang kita nantikan syafa'atnya di yaumul akhir nanti Aamiin ya Rabbal Alamin.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program strarta satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Pada penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh masa studi. Secara khususnya saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, kemudahan, kelancaran sehingga penulis dapat menuntut ilmu dan menyelesaikannya guna memperoleh Ridho dan Karunia-Nya.
2. Bapak Prof.Dr. Tulus Suryanto, M.M.,Akt.,CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa terhadap masalah akademik mahasiswa.
3. Ibu Any Eliza, S.E.,M.Ak selaku ketua jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang membimbing kami selama masa studi hingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan studi S1 di Jurusan Perbankan Syariah dengan baik dan lancar.
4. Ibu Femei Purnamasari, M.Si dan Ibu Liya Ermawati, S.E.,M.S.Ak selaku pembimbing I dan II yang senantiasa

- memberikan bimbingan, saran dan arahan sehingga dapat terselesainya skripsi ini dengan baik.
5. Pimpinan dan Staf PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung yang telah berkenan memberikan bantuan dan pengetahuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
  6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan karyawan perpustakaan yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
  7. Kepada sahabat-sahabatku, Jariani Suci Pratiwi, Anisa Riski Aulia, Anggita Faradilla, Anis Rohmatus'syadiyah, dan R. Rohimah Sumiyati, yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih banyak tanpa kalian dunia perkuliahan ini tidaklah menyenangkan.
  8. Kepada seluruh teman-teman Perbankan Syariah kelas C dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan, inspirasi dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, jika terdapat kesalahan dan kekeliruan dalam penulisan skripsi ini, penulis mohon maaf dan kepada Allah SWT penulis mohon ampun. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

*Wassalamualaikum Warahmatullahu Wabarakatuh*

Bandar Lampung, 20 Juli 2022

Penulis,

**Amanda Ayu Melani**  
**NPM. 1851020405**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	13
H. Sistematika Penulisan.....	22

<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>23</b>
A. Teori yang Digunakan .....	23
1. Manajemen Pemasaran .....	23
2. Strategi Pemasaran.....	24
a. Pengertian Strategi .....	24
b. Pengertian Pemasaran .....	25
3. Tarif Premi.....	26
a. Pengertian Tarif Premi .....	26
b. Fungsi Premi Asuransi .....	29
c. Jenis-Jenis Tarif Premi .....	29
d. Indikator Tarif Premi.....	29
4. Kualitas Layanan .....	31
a. Pengertian Kualitas Layanan.....	31
b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan .....	32

c.	Indikator Kualitas Layanan .....	33
d.	Dasar-Dasar Pelayanan Yang Baik .....	34
5.	Kepuasan Nasabah.....	35
a.	Pengertian Kepuasan Nasabah .....	35
b.	Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	36
c.	Indikator Kepuasan Nasabah.....	37
d.	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	38
6.	Asuransi Syariah.....	39
a.	Pengertian Asuransi.....	39
b.	Pengertian Asuransi Syariah .....	40
c.	Dasar Hukum Asuransi Syariah .....	41
d.	Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah .....	43
e.	Akad yang Digunakan Dalam Asuransi Syariah.....	45
f.	Tujuan Asuransi Syariah .....	48
B.	Kerangka Pemikiran dan Pengajuan Hipotesis.....	48
1.	Kerangka Pemikiran .....	48
2.	Pengajuan Hipotesis.....	50

### **BAB III METODE PENELITIAN ..... 55**

A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	55
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
C.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data.....	56
1.	Populasi.....	56
2.	Sampel .....	56
3.	Teknik Pengumpulan Data.....	57
D.	Definisi Operasional Variabel .....	58
1.	Variabel Independen.....	59
2.	Variabel Dependen .....	59
E.	Instrumen Penelitian.....	61
F.	Metode Analisis Data .....	62
1.	Uji Statistik Deskriptif.....	62
2.	Uji Validitas.....	62
3.	Uji Reliabilitas .....	62
4.	Uji Asumsi Klasik.....	63
a.	Uji Normalitas .....	63
b.	Uji Multikolinearitas .....	64
c.	Uji Heteroskedastiditas .....	64
5.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
6.	Pengujian Hipotesis .....	65
a.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	65
b.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	65
7.	Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	66

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	67
B. Data Karakteristik Responden.....	75
C. Hasil Penelitian dan Analisis.....	77
1. Analisis Deskriptif .....	77
2. Uji Validitas.....	79
3. Uji Reliabilitas .....	81
4. Uji Asumsi Klasik.....	82
a. Uji Normalitas .....	82
b. Uji Multikolinearitas.....	82
c. Uji Heteroskedastiditas .....	83
5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	84
6. Uji Hipotesis .....	85
a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	85
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	86
7. Uji Koefesien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	87
D. Pembahasan.....	88
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>95</b>
A. Simpulan.....	95
B. Rekomendasi .....	96
<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Tinjauan Pustaka .....	16
Tabel 3.1 Kriteria Skor Responden .....	57
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	60
Tabel 4.1 Distribusi Karakteristik Responden .....	75
Tabel 4.2 Hasil Uji Analisis Deskriptif .....	78
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas .....	80
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	81
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	83
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	83
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Regression.....	84





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran .....	50
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Riset
- Lampiran 2 Surat Balasan Riset dari Instansi
- Lampiran 3 Foto Bersama Direktur PT SunLife Financial Syariah
- Lampiran 4 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 6 Dokumentasi Hasil Penyebaran Kuesioner (*Google Form*)
- Lampiran 7 Data Responden
- Lampiran 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 9 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 11 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 13 Hasil Uji Hipotesis



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Penegasan judul ditetapkan untuk memfokuskan pemahaman agar tidak menyimpang dari pembahasan yang dimaksud dan menghindari penafsiran yang berbeda dikalangan pembaca untuk memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka perlu adanya penjelasan dalam beberapa istilah yang terkait dalam judul skripsi ini. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Tarif Premi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah Pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung”**.

Untuk menghindari adanya salah pemahaman arti judul, maka perlu dijelaskan hal-hal berikut ini:

#### 1. Pengaruh

Pengaruh merupakan akibat asosiatif yang mencari pertautan nilai antara satu variabel dengan variabel lainnya.<sup>1</sup> Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang dimaksud pada judul ini adalah pengaruh yang ditimbulkan variabel X1 (tarif premi), variabel X2 (kualitas layanan) yang mempengaruhi variabel Y (Kepuasan Nasabah) pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

#### 2. Tarif Premi

Premi asuransi menurut UU No 40 Tahun 2014 tentang perasuransian adalah sejumlah uang yang ditetapkan oleh Perusahaan Asuransi atau perusahaan reasuransi dan disetujui oleh Pemegang Polis untuk dibayarkan berdasarkan perjanjian Asuransi atau perjanjian reasuransi, atau sejumlah uang yang ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Penelitian Administratif* (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 7.

yang mendasari program asuransi wajib untuk memperoleh manfaat.<sup>2</sup> Dari definisi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa tarif premi atau kontribusi merupakan pembayaran sejumlah uang yang ditetapkan oleh perusahaan asuransi pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung dan disetujui oleh pemegang polis untuk dibayarkan sesuai kesepakatan kedua belah pihak dengan jangka waktu yang telah ditetapkan.

### **3. Kualitas Layanan**

Kualitas layanan adalah segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikan sebagai akibatnya tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen.<sup>3</sup> Dari definisi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan merupakan kualitas layanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah yang diberikan pihak asuransi pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

### **4. Kepuasan Nasabah**

Menurut Kotler & Keller, kepuasan pelanggan adalah perasaan suka atau kecewa seseorang yang ditimbulkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya.<sup>4</sup> Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan suka atas kinerja atau suatu produk yang dirasakan nasabah yang telah membeli produk asuransi dari PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

---

<sup>2</sup> Undang-undang No. 40 Tahun 2014, Tentang Perasuransian, h. 6.

<sup>3</sup> wiwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*, Sidoarjo (UMSIDA Press, 2018), h. 25.

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 6.

## 5. Asuransi Syariah

Menurut UU No 40 Tahun 2014 tentang perasuransian. Asuransi syariah adalah kumpulan perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dan pemegang polis dan perjanjian antara para pemegang polis, dalam rangka pengelolaan donasi berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi pemegang polis.<sup>5</sup>

### B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, khususnya di dunia perbankan. Tidak hanya di dunia perbankan syariah tetapi juga di dunia perasuransian, baik asuransi syariah maupun konvensional. Perkembangan itu diiringi dengan banyaknya perusahaan asuransi di Indonesia. Masyarakat Indonesia sekarang sudah banyak yang paham akan pentingnya memiliki asuransi sebagai proteksi risiko yang akan terjadi dimasa depan. Seiring dengan berkembangnya perusahaan asuransi, produk asuransi juga ikut berkembang sesuai dengan kebutuhan nasabah, misalnya asuransi jiwa, asuransi kesehatan dan asuransi lainnya.<sup>6</sup>

Kehidupan manusia pada zaman modern ini penuh dengan beragam macam risiko serta bahaya. Manusia sendiri tidak mengetahui apa yang akan terjadi esok hari dan di mana dia akan meninggal dunia. Risiko yang mengancam manusia sangat beragam diantaranya mulai dari kecelakaan transportasi udara, kapal, bahkan angkutan darat. Manusia juga menghadapi kecelakaan kerja, kebakaran, perampokan, pencurian, terkena penyakit, bahkan kematian itu sendiri. Masa depan merupakan sesuatu yang tak absolut. Ketidakpastian selalu berkaitan dengan yang namanya risiko. Penanggung risiko di masa depan itu adalah diri kita sendiri,

---

<sup>5</sup> Undang- undang No. 40 Tahun 2014, Tentang Perasuransian, h.6.

<sup>6</sup> Erlita Kurniawaty, "Pengaruh Citra Perusahaan dan Tarif Premi terhadap minat beli yang berdampak pada kepuasan pelanggan di PT Asuransi Cigna Jakarta," *Jurnal Kreatif Pemasaran, Sumber Daya Manusia dan Keuangan* 5 (2017).

dengan menyisihkan sebagian harta untuk menanggung kebutuhan masa depan yang tidak pasti. Melalui asuransi seseorang dapat bersiap diri tentang kondisi keluarganya dimasa depan dalam menghadapi risiko.<sup>7</sup>

Asuransi dapat menjadi solusi dari risiko-risiko yang akan terjadi di masa depan, baik risiko perorangan, risiko perusahaan dan risiko yang tidak bisa diperkirakan. Karena asuransi syariah mempunyai prinsip tolong menolong “*ta’awunala al birri waa taqwa*” yang artinya tolong menolonglah kamu dalam kebaikan dan takwa dan “*at ta’min*” yang artinya rasa aman. Oleh karena itu asuransi syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang mampu menolong masyarakat atau nasabah dengan menjamin dan menanggung risiko dengan rasa aman. Asuransi syariah memiliki landasan hukum islam yang terdapat pada QS. Al Maidah ayat 2 sebagai berikut:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (٢)

*Artinya “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (QS. Al Maidah: 2)<sup>8</sup>*

Dalam kandungan QS. Al Maidah ayat 2 tersebut menjelaskan bahwa berasuransi tidaklah melanggar perintah Allah SWT, ayat tersebut menjelaskan prinsip yang digunakan dalam asuransi syariah adalah prinsip *ta’awun* atau tolong menolong. Oleh karena itu setiap muslim harus membantu

---

<sup>7</sup> Muhamad, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Lainya* (Depok: Rajawali Pers, 2020), h. 197.

<sup>8</sup> Erwan Aristyanto, Allen Pranata Putra, dan Riduwan Riduwan, “Pengaruh Religiusitas, Pelayanan dan Tarif Premi terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah dengan Minat Berasuransi Syariah Sebagai Variabel Intervening di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya,” *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal* 5, no. 2 (2021): 174–203.

sesama manusia yang mengalami kesulitan. Sehingga berasuransi syariah sangat dimungkinkan pelaksanaannya agar umat manusia mampu menjaga kemaslahatan diri sendiri, keluarga dan sesama muslim dari risiko yang akan dihadapi di masa depan.

Dasar hukum asuransi tertuang pada Undang-undang No. 40 Tahun 2014 tentang perasuransian. Pengertian asuransi syariah menurut UU No. 40 Tahun 2014 tersebut tertera pada Bab I pasal 1 yang berbunyi: “kumpulan perjanjian, yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dan pemegang polis dan perjanjian diantara para pemegang polis, dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi dengan cara memberikan penggantian kepada peserta atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita peserta atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti atau memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya peserta atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya peserta dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.”<sup>9</sup>

Selain itu asuransi syariah juga diatur dalam Fatwa DSN MUI Nomor 21 DSN-MUI/X/2001. Menetapkan Fatwa tentang Pedoman Umum Asuransi Syari'ah, definisi asuransi syariah (*Ta'min Tafakul atau Tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan/atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah yaitu yang tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), dan *risywah* (suap).<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Undang- undang No. 40 Tahun 2014, Tentang Perasuransian, h. 2.

<sup>10</sup> Fatwa DSN MUI, *Pedoman Umum Asuransi Syari'ah*, 2001, h. 5.

Banyak perusahaan asuransi yang bersaing memberikan inovasi baru pada produk yang mereka tawarkan, adapun salah satunya pada PT SunLife Financial Indonesia. Sejak tahun 1995, PT SunLife Financial Indonesia telah menyediakan berbagai produk proteksi dan pengelolaan kekayaan, yang meliputi asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi pendidikan, asuransi syariah dan perencanaan hari tua kepada nasabah. Setiap tahun SunLife Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan di pasar. Asuransi SunLife terus berupaya dalam meningkatkan produk dan layanan kami demi memenuhi kebutuhan nasabah. Para karyawan serta perencana keuangan dengan selalu bekerja keras untuk meraih kepercayaan nasabah, dan terus mengembangkan jalur distribusi keagenan baik konvensional maupun syariah. Saat ini Asuransi PT SunLife Indonesia menyediakan berbagai produk inovasi kepada para nasabah melalui lebih dari 5.200 tenaga pemasar dan 78 kantor pemasaran mandiri konvensional, 2.300 tenaga pemasar dan 28 kantor pemasaran mandiri syariah, serta 700 tenaga pemasar dari distribusi kemitraan di seluruh Indonesia (per 30 September 2021).<sup>11</sup>

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 faktor eksternal yang mendorong masyarakat untuk memilih dan menggunakan asuransi syariah seperti pendapatan, produk, lokasi, pelayanan, citra perusahaan, tarif premi dan promosi.<sup>12</sup>

Dalam asuransi syariah pasti melibatkan pembayaran premi atau kontribusi yang dilakukan pemegang polis atau nasabah dalam waktu tertentu sebagai jaminan dalam perlindungan risiko yang ditawarkan oleh pihak asuransi.

---

<sup>11</sup> “Website Resmi Asuransi Sun Life, [www.sunlife.co.id](http://www.sunlife.co.id) (diakses pada Senin, 11 April 2022 pukul 08.25 WIB)

<sup>12</sup> Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Asuransi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), h. 88.



Premi adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan setiap bulan atau jangka waktu tertentu sebagai kewajiban dari pihak tertanggung atas keikutsertaannya dalam berasuransi syariah.<sup>13</sup> Besarnya tarif premi yang harus dibayarkan tidak ditetapkan oleh pemerintah, tetapi disesuaikan dengan nilai pertanggungan risiko yang disepakati oleh pihak tertanggung atau nasabah. Setiap nasabah menginginkan harga premi yang dapat dijangkau 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 dijangkau oleh nasabah, perusahaan bisa meningkatkan kepuasan nasabah.<sup>14</sup>

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.<sup>15</sup> 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.

Menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan perasaan suka atau kecewa seseorang yang ditimbulkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang

---

<sup>13</sup> Dr. Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), h. 253.

<sup>14</sup> 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.

<sup>15</sup> Danang Sunyoto, *Konsep Dasar: Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CAPS, 2012), h. 236.

dirasakan, dibandingkan dengan harapannya.<sup>16</sup> Kepuasan nasabah merupakan faktor yang memengaruhi minat menjadi nasabah asuransi, apabila seseorang merasa puas akan kualitas pelayanan dan tarif premi maka nasabah memiliki ketertarikan dalam menggunakan produk asuransi syariah. Kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu tarif premi dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah.

Terdapat banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah asuransi syariah, seperti kualitas produk, kualitas layanan, tarif premi, pengetahuan, promosi, citra perusahaan dan lain sebagainya. Faktor kepuasan nasabah akan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk melakukan pembelian, berlangganan atau merekomendasikan kepada orang lain.<sup>17</sup>

Kepuasan nasabah pada umumnya bergantung pada kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila dikaji lebih dalam, kepuasan nasabah tersebut akan berdampak lebih jauh lagi pada loyalitas nasabah terhadap lembaga perasuransian. Sebagai industri jasa, setiap perusahaan asuransi harus berusaha memberikan layanan produk dan jasa yang maksimal bagi nasabahnya. Suatu perusahaan asuransi harus mempunyai nilai tambah yang membuat asuransi tersebut berbeda dari asuransi lainnya, sehingga tercipta kepuasan nasabah. Dalam kondisi ini nasabah bukan lagi sebagai pelengkap usaha tetapi sebagai partner bagi perusahaan asuransi.<sup>18</sup>

Dalam meningkatkan dan mempertahankan nasabah, asuransi pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar

---

<sup>16</sup> Kotler ibid, *Manajemen Pemasaran*.

<sup>17</sup> Aristyanto, Putra, dan Riduwan, "Pengaruh Religiusitas, Pelayanan dan Tarif Premi terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah dengan Minat Berasuransi Syariah Sebagai Variabel Intervening di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya."

<sup>18</sup> 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.

Lampung juga perlu memperhatikan tarif premi dan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah maupun calon nasabah. Perusahaan yang mampu memperlakukan nasabahnya dengan baik dapat mempertahankan posisinya dalam industri pelayanan jasa, tenaga penjual dengan tingkat keahlian dan kekuatan referensi terhadap produk yang tinggi dipandang lebih bisa dipercaya oleh pelanggan. Agen penjualan diharuskan untuk mampu mengarahkan nasabah dalam memilih produk sehingga tarif premi yang dibayarkan oleh nasabah sesuai dengan kemampuannya.

Apabila manfaat tidak sesuai dengan tarif premi yang dibayarkan nasabah akan mengakibatkan jumlah nasabah yang menutup polis asuransi meningkat dikarenakan ketidakmampuan nasabah dalam membayar premi atau sejumlah uang untuk produk asuransi yang dipilihnya. Adanya peningkatan dalam penutupan polis oleh nasabah menunjukkan adanya tingkat ketidakpuasan nasabah. Hal tersebut dikarenakan ekspektasi nasabah terhadap perusahaan asuransi tidak sesuai. Pelanggan yang puas terhadap kualitas layanan maupun produk yang ditawarkan perusahaan asuransi akan membentuk loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah akan mengarahkan nasabah untuk tetap menggunakan satu merek dan melakukan pembelian ulang di masa mendatang.

Setelah penulis melakukan pra riset pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung, terdapat sebagian nasabah merasa lebih baik menunda ataupun menutup polis asuransi dikarenakan biaya premi yang dianggap tidak sesuai dengan tanggungan yang diterima nasabah. Sebagian agen atau karyawan PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung dianggap kurang memberikan informasi secara detail dan jelas tentang perhitungan pembayaran premi, pencairan dana tanggungan, serta syarat-syarat umum polis asuransi karena keterbatasan waktu dan saat masa pandemi covid 19 juga mengakibatkan agen dalam memberikan informasi secara langsung lebih sulit sehingga informasi yang diterima calon nasabah kurang jelas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Heri Syah Putra Siregar (2020) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dan variabel tarif premi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.<sup>19</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Sintya Dewi Siahaan, Tirta Nadia Sibarani dan Nurmaidah Ginting (2021) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah dan variabel harga premi secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah.<sup>20</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Luh Novi Merta Sari dan Made Mulia Handayani (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan maupun parsial antara premi asuransi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.<sup>21</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan dan penelitian terdahulu diatas, penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih dalam tentang bagaimana dan langkah apa saja yang dapat dilakukan perusahaan asuransi untuk mengetahui pentingnya tarif premi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Dan mengangkat judul, **“Pengaruh Tarif Premi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah Pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung”**.

### C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Batasan masalah ditetapkan agar pembahasan tidak meluas dari topik utama yang telah ditetapkan penulis, sehingga diharapkan tujuan penelitian nantinya tidak menyimpang dari

---

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Siahaan, Sibarani, dan Ginting, “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Asc Medan Utara.”

<sup>21</sup> Luh Novi Merta Sari dan Made Mulia Handayani, “Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Jasa Asuransi Kendaraan Pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium* 5, no. 2 (2019): 101–12.

sasaran penelitian, maka diperlukannya batasan-batasan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi dan Batasan Masalah

Objek penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk asuransi pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

2. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini hanya mencari pengaruh atau hubungan antara tarif premi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah asuransi syariah. Variabel yang diangkat dalam penelitian ini terdapat variabel tarif premi (X1) dan kualitas layanan (X2), variabel kepuasan nasabah (Y) pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung. Penelitian ini hanya menganalisis data nasabah di PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah tarif premi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh tarif premi terhadap kepuasan nasabah di PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang dipaparkan di atas, maka manfaat yang diharapkan penulis dengan melakukan penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Untuk memperkaya keilmuan di lingkungan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan kajian pustaka untuk peneliti selanjutnya dan berguna untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda.
  - c. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah, khususnya pengaruh tarif premi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah asuransi syariah pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Peneliti  
Merupakan sarana untuk belajar dan memperdalam ilmu pengetahuan mengenai lembaga keuangan asuransi syariah, khususnya dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam berasuransi syariah.
  - b. Bagi Instansi  
Penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga keuangan syariah khususnya asuransi syariah sebagai sumber informasi dan masukan sebagai pertimbangan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadikan kepuasan nasabah dalam berasuransi syariah.

Sehingga lembaga asuransi syariah dapat memberikan pelayanan yang terbaik dengan memaksimalkan kemampuan yang dimiliki lembaga asuransi syariah.

c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat pengetahuan kepada mahasiswa khususnya mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam mengenai faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam berasuransi syariah.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Kajian penelitian terdahulu dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah melakukan tinjauan pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu, terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dan terkait dengan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Heri Syah Putra Siregar (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Premi dan Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi PT. Askrido (Persero) Cabang Kisaran”. penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu kualitas pelayanan, tarif premi dan image, variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrido (Persero) Cabang Kisaran, Tarif Premi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada PT. Askrido (Persero) Cabang Kisaran, Image berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada PT. Askrido (Persero) Cabang Kisaran dan Kualitas pelayanan, tarif premi dan image berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrido (Persero) Cabang Kisaran.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sintya Dewi Siahaan, Tirta Nadia Sibarani dan Nurmaidah Ginting (2021) yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Asc Medan Utara”. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu promosi, kualitas pelayanan dan harga premi, variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Promosi secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) ASC Medan Utara serta kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah kepada PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) ASC Medan Utara serta harga premi secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) ASC Medan Utara. Nilai koefisien determinasi 0,539 yang artinya 53,9 % dari variasi variabel kepuasan nasabah yang bisa di jelaskan oleh variasi variabel promosi, kualitas pelayanan dan harga premi. Sedangkan selebihnya sejumlah 46, 1% diuraikan oleh variasi lainnya yang tidak diteliti.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Indah Oktari, Stefanus Prima Nugroho, dan Hariyani (2018) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi “Studi Kasus Pada PT. Allianz Life Cabang Pangkalpinang” penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, variabel dependen adalah kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah asuransi. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah asuransi.



4. Penelitian yang dilakukan oleh Luh Novi Merta Sari dan Made Mulia Handayani (2019) yang berjudul “Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Jasa Asuransi Kendaraan Pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar” penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu premi asuransi dan kualitas pelayanan, variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan maupun parsial antara premi asuransi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna jasa asuransi kendaraan pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Andre Octo Yurianto, Reni Shinta Dewi (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang)”. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan paparan penelitian terdahulu di atas, penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh tarif premi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah asuransi syariah pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung). Terdapat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah:

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini tarif premi, kualitas layanan dan kepuasan nasabah asuransi syariah.

- b. Objek penelitian yang digunakan adalah PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan penelitian dengan judul “Pengaruh Tarif Premi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah Pada PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung” merupakan penelitian yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

**Tabel 1.1**  
**Ringkasan Tinjauan Pustaka**

No	Nama, Judul dan Tahun Penelitian	Nama Jurnal	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Heri Syah Putra Siregar, “Pengaruh kualitas pelayanan, tarif premi dan image terhadap kepuasan nasabah pada asuransi PT. askrindo (persero) cabang kisaran”. <sup>22</sup> 2020	Jurnal Sains Ekonomi (JSE)	Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Tarif Premi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada

<sup>22</sup> Siregar, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Premi dan Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.”

				<p>PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Image berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Asuransi pada PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran. Kualitas pelayanan, tarif premi dan image berengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran.</p>
2	Sintya Dewi Siahaan, Tirta Nadia Sibarani, dan	<i>Jurnal Manajemen Terapan</i>	Regresi Linear Berganda	Promosi secara parsial mempengaruhi kepuasan

	<p>Nurmaidah Ginting “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Asc Medan Utara”.<sup>23</sup> 2021</p>	<p><i>dan Keuangan (Mankeu)</i></p>	<p>nasabah pada PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) ASC Medan Utara serta kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah kepada PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) ASC Medan Utara serta harga premi secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) ASC Medan Utara. Nilai koefisien determinasi 0,539 yang artinya</p>
--	--	-------------------------------------	--

<sup>23</sup> Siahaan, Sibarani, dan Ginting, “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Asc Medan Utara.”

				53,9 % dari variasi variabel kepuasan nasabah yang bisa di jelaskan oleh variasi variabel promosi, kualitas pelayanan dan harga premi. Sedangkan selebihnya sejumlah 46, 1% diuraikan oleh variasi lainnya yang tidak diteliti.
3	Indah Oktari, Stefanus Prima Nugroho, dan Hariyani “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi “Studi Kasus Pada PT.	Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)	Regresi Linear Berganda	Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas produk

	Allianz Life Cabang Pangkalpinang ” <sup>24</sup> 2018			terhadap kepuasan nasabah asuransi. Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah asuransi.
4	Luh Novi Merta Sari dan Made Mulia Handayani “Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegguna Jasa Asuransi	Jurnal Manajem en dan Bisnis Equilibriu m	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan maupun parsial antara premi asuransi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

<sup>24</sup> Indah Oktari, Stefanus P Nugroho, dan Hariyani Hariyani, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi (Studi Kasus Pada PT. Allianz Life Cabang Pangkalpinang),” *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis* 24, no. 2 (2018): 26–36.

	Kendaraan Pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar”. <sup>25</sup> 2019			nasabah pengguna jasa asuransi kendaraan pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar.
5	Andre Octo Yuriyanto dan Reni Shinta Dewi “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang)”. <sup>26</sup> 2021	Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis	Regresi Linear Sederhana dan Berganda	kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

<sup>25</sup> Sari dan Handayani, “Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Jasa Asuransi Kendaraan Pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar.”

<sup>26</sup> Andre Octo Yuriyanto dan Reni Shinta Dewi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10, no. 1 (2021): 753–61.

## **H. Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi ini akan disajikan dalam sistematika penulisan yang dibagi dalam lima bab yang terdiri dari:

### **BAB I: Pendahuluan**

Bab pendahuluan menguraikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

### **BAB II: Landasan Teori dan Pengujian Hipotesis**

Bab landasan teori dan pengujian hipotesis menguraikan tentang tinjauan pustaka yang berisi landasan teori yang menjelaskan tentang teori tarif premi, kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Selain itu juga membahas hipotesa yang menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan teori yang digunakan dalam analisa penelitian ini.

### **BAB III: Metode Penelitian**

Bab metode penelitian menguraikan mengenai metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian meliputi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, metode analisis serta uji hipotesis.

### **BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab hasil penelitian dan pembahasan menguraikan tentang deskripsi data serta pembahasan hasil penelitian dan analisis.

### **BAB V: Penutup**

Bab penutup memaparkan tentang simpulan atau hasil pembahasan analisa data penelitian serta rekomendasi.



## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

#### A. Teori yang Digunakan

##### 1. Manajemen Pemasaran

Dalam suatu penelitian memerlukan suatu teori yang mendasar dan kuat yang dapat digunakan sebagai landasan dalam mendapatkan hasil yang optimal. *Grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini adalah manajemen pemasaran. Pemasaran merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok memperoleh sesuatu yang mereka inginkan dan butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai kepada pihak lain, dengan kata lain segala sesuatu yang berhubungan dengan penyampaian produk maupun jasa dari produsen sampai konsumen.<sup>27</sup>

Menurut Kotler dan Keller, manajemen pemasaran adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang cara pemilihan dan memperoleh target pasar, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan keunggulan suatu nilai kepada pelanggan. Orang-orang pemasaran memasarkan 10 tipe entitas; barang, jasa, acara, pengalaman, orang, tempat, properti (hak kepemilikan), organisasi, informasi dan ide.<sup>28</sup>

Dengan demikian, Manajemen pemasaran dapat dikatakan suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran, menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai produk yang unggul.

---

<sup>27</sup> Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 26.

<sup>28</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 6.

Dalam sebuah perusahaan, manajemen pemasaran memiliki peranan penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Tugas dari manajemen pemasaran adalah melakukan perencanaan mengenai perolehan peluang pasar untuk melakukan penukaran barang maupun jasa yang diproduksi kepada para konsumen. Secara umum, perusahaan yang berorientasi pada pemasaran memiliki pandangan bahwa penjualan tidak lagi memenuhi harapan karena adanya perubahan yang cepat dibidang teknologi dan sosial.<sup>29</sup> Dengan demikian, perusahaan akan lebih mementingkan kebutuhan dan keinginan konsumen dari pada hanya sekedar meningkatkan penjualan. Setelah konsumen memperoleh kebutuhan dan keinginan yang dirasakan setelah membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan, maka konsumen akan merasakan kepuasan karena produk atau jasa yang telah dibeli sesuai dengan harapan atau ekspektasi konsumen.

## **2. Strategi Pemasaran**

### **a. Pengertian Strategi**

Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki suatu tujuan, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang serta memiliki kebijakan umum yang digunakan dalam menjalankan proses pemasaran. Beberapa ahli ekonomi menyatakan bahwa pada setiap perusahaan harus memiliki suatu strategi dalam menentukan kesuksesan perusahaannya. Strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga

---

<sup>29</sup> Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing* (Yogyakarta: Liberty, 2002), h.24.

perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai.<sup>30</sup>

Menurut Mudrajat Kuncoro dalam bukunya yang berjudul “*Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*” strategi merupakan sebuah penentuan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasikan aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah.<sup>31</sup>

Menurut Griffin, secara umum strategi dapat dibagi menjadi dua jenis, dilihat dari tingkatannya. *Pertama* adalah strategi pada tingkat perusahaan (*corporate-level strategy*); *kedua* adalah strategi pada tingkat bisnis (*business-level strategy*).<sup>32</sup> Strategi pada level perusahaan atau korporat dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan antar perusahaan dalam sektor bisnis yang dijalankannya secara keseluruhan. Strategi pada level bisnis adalah alternatif strategi yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang dijalankannya pada beberapa jenis bisnis yang diperdagangkan.

#### **b. Pengertian Pemasaran**

Pada hakikatnya konsep pemasaran menekankan pada orientasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh kegiatan pemasaran yang terintegrasi atau terpadu, yang ditujukan untuk keberhasilan mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan

---

<sup>30</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Manangement Sustainable Competitive Advantages* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 3.

<sup>31</sup> Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Yogyakarta: Erlangga, 2005), h. 1.

<sup>32</sup> Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 133-134.

menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.<sup>33</sup>

Menurut *American Marketing Association* sebagaimana yang dikutip oleh Thamrin Abdullah dan Francis Tantri dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran* menyatakan bahwa pemasaran merupakan hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen.<sup>34</sup>

Konsep pemasaran memiliki beberapa tujuan salah satunya adalah mengubah orientasi falsafah manajemen pemasaran lain yang ternyata terbukti tidak berhasil mengatasi berbagai persoalan, karena terdapat perubahan dalam ciri-ciri pasar yang pada saat ini cenderung berkembang. Perubahan terjadi antara lain karena penambahan jumlah penduduk, penambahan daya beli, peningkatan dan meluasnya hubungan atau komunikasi, perkembangan teknologi, dan perubahan faktor lingkungan pasar lainnya.<sup>35</sup>

### 3. Tarif Premi

#### a. Pengertian Tarif Premi

Harga/tarif merupakan satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan elemen lain menghasilkan biaya. Harga juga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan dengan fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan *positioning* nilai yang

---

<sup>33</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), h. 14.

<sup>34</sup> Assauri, *Strategic Manangement Sustainable Competitive Advantages*, h. 4.

<sup>35</sup> *Ibid*, h. 85.

dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar.<sup>36</sup>

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 faktor dalam menyusun kebijakan penetapan harga. Ada enam langkah dalam menetapkan harga antara lain:<sup>37</sup>

- 1) Memilih tujuan penetapan harga
- 2) Menentukan permintaan pasar
- 3) Memperkirakan biaya
- 4) Menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing
- 5) Memilih metode penetapan harga
- 6) Memilih harga akhir

Tarif/harga pada penelitian ini lebih menjelaskan mengenai premi atau tarif yang ditetapkan perusahaan asuransi. Premi menurut UU No. 40 Tahun 2014 merupakan sejumlah uang yang ditetapkan oleh perasuransian atau perusahaan reasuransi dan disetujui oleh pemegang polis untuk dibayarkan berdasarkan perjanjian asuransi atau perjanjian reasuransi, atau sejumlah uang yang ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mendasari program asuransi wajib untuk memperoleh manfaat.<sup>38</sup> Premi asuransi adalah sejumlah uang yang wajib dibayarkan oleh peserta asuransi atau pemegang polis untuk mengikat kewajiban pengelola atau pihak asuransi dalam menjamin ganti rugi atas terjadinya suatu risiko.

---

<sup>36</sup> Philip Kotler dan Kevin L Keller., *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 67.

<sup>37</sup> Philip Kotler dan Kevin L Keller., *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 75-90.

<sup>38</sup> Undang- undang No. 40 Tahun 2014, Tentang Perasuransian.

Dalam asuransi syariah, premi disebut dengan istilah kontribusi, yaitu dana peserta asuransi atau pemegang polis secara bersama-sama setelah dikurangi fee pengelola atau pihak asuransi.<sup>39</sup>

Amrin mengatakan bahwa premi asuransi adalah sejumlah uang yang wajib dibayarkan setiap bulannya sebagai kewajiban dari pihak tertanggung atas keikutsertaannya di asuransi.<sup>40</sup> Menurut Subagyo premi asuransi merupakan uang yang dibayarkan oleh tertanggung (pemegang polis) kepada perusahaan asuransi yang dapat ditentukan dengan cara tertentu.<sup>41</sup>

Berdasarkan definisi premi menurut para ahli di atas, maka dapat dipahami bahwa 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.<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> Andri Soematra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 253.

<sup>40</sup> Amrin, *Meraih Berkah melalui Asuransi Syariah* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), h. 34.

<sup>41</sup> Subagyo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 1998), h. 84

<sup>42</sup> Subagiyo Dwi Tatak dan Salviana Fries Melia, *Hukum Asuransi* (Surabaya: PT Revka Petra Media, 2016), h. 26.

### b. Fungsi Premi Asuransi

Dalam asuransi syariah terdapat fungsi premi asuransi, sebagai berikut:

- 1) Mengembalikan tanggung kepada posisi (ekonomi) seperti sebelum terjadi kerugian.
- 2) Mengindari tanggung dari kebangkrutan sedemikian rupa, sehingga mampu berdiri pada posisi seperti sebelum terjadinya kerugian.

Sedangkan bagi nasabah, premi juga sangat penting karena premi yang dibayarkan merupakan biaya yang dapat memengaruhi kegiatan dan tingkat konsumsinya. Oleh karena itu, tinggi rendahnya premi pada umumnya akan menjadi pertimbangan utama bagi nasabah apakah dia akan menutup risiko dengan asuransi atau tidak.<sup>43</sup>

### c. Jenis-jenis Tarif Premi

Dalam asuransi terdapat jenis-jenis tarif premi asuransi, sebagai berikut:

- 1) *Manual (class rate manual)* adalah premi asuransi yang berlaku bagi semua resiko yang sejenis atau berjenis sama.
- 2) *Merit rating*, adalah penentuan tarif premi asuransi dimana keadaan setiap resiko di pertimbangkan masing-masing. *Merit rating* biasanya selalu digunakan dalam asuransi kebakaran dan barang yang diasuransikan adalah barang pilihan, bukan pilihan dan barang pilihan yang memiliki kemungkinan mengalami kerusakan.

### d. Indikator Tarif Asuransi

Penetapan tarif premi dilakukan untuk menutupi klaim (risiko) maupun biaya-biaya asuransi dan

---

<sup>43</sup> Soesino Djojosoedarso, *Prinsip-Prinsip dan Manajemen Risiko Asuransi Syariah* (Jakarta: PT Salemba Empat Satria, 2011), h. 127-128.

sebagian dari jumlah keuntungan.<sup>44</sup> Pada asuransi syariah *basic* perhitungan tarif yang dipakai adalah sebagai berikut:<sup>45</sup>

1) *Mortality table* (tabel mortalitas)

Perusahaan asuransi (penanggung) memiliki kewajiban dasar kepada tertanggung yaitu membayar santunan kematian. Oleh karena itu, penanggung harus mengetahui perkiraan “harapan hidup” orang yang ditanggungnya. Dengan memanfaatkan teori probabilitas dan statistik, “harapan hidup” itu bisa dihitung. Hasil perhitungan yang dilakukan oleh aktuaris, disusun dalam bentuk tabel yang disebut tabel mortalitas.

2) *Mudharabah* (asumsi bagi hasil)

Dalam asuransi syariah tidak mengenal unsur riba, melainkan menggunakan unsur *tabarru'* (dana sosial) yang diberikan pihak asuransi kepada pihak nasabah yang berupa persennya dari dana kontribusi (premi). Dana *tabarru'* sifatnya tolong-menolong ke sesama umatnya.

3) Biaya-biaya asuransi yang adil dan tidak menzalimi peserta.

Pada asuransi syariah terdapat unsur premi yaitu unsur *tabarru'* dan tabungan (untuk asuransi jiwa), dan unsur *tabarru'* saja (untuk asuransi kerugian dan (*term insurance* pada *life*)). Unsur *tabarru'* pada asuransi jiwa perhitungannya diambil dari tabel mortalitas (harapan hidup), yang besarnya tergantung usia dan masa perjanjian. Semakin tinggi usia dan semakin panjang masa perjanjian, maka semakin

---

<sup>44</sup> Abbas Salim, *Asuransi dan Manajemen Risiko* (Jakarta: Grafindo Persada, 2000), h. 42.

<sup>45</sup> Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah: Keberadaannya dan Kelebihannya di Tengah Asuransi Konvensional* (Jakarta: IKAPI, 2006), h. 109.



besar pula nilai *tabarru*. Premi dalam asuransi syariah disebut juga *net premium* karena hanya terdiri dari mortalitas atau harapan hidup, dan didalamnya tidak terdapat unsur *loading* (komisi agen, biaya administrasi dan lain-lain). Juga didalam asuransi syariah tidak mengandung unsur riba sebagaimana pada asuransi konvensional.

#### 4. Kualitas Layanan

##### a. Pengertian Kualitas Layanan

Kotler mengatakan bahwa definisi kualitas (*Quality*) secara istilah adalah keseluruhan ciri dan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan nasabah yang dinyatakan.<sup>46</sup> Sedangkan menurut Gronroos mengatakan definisi pelayanan (*Service*) adalah suatu kegiatan yang bersifat tidak dapat diraba yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi konsumen dengan karyawan oleh perusahaan dalam memecahkan suatu permasalahan yang terjadi pada pelanggan.<sup>47</sup>

Lewis dan Booms yang dikutip Tjiptono mengatakan bahwa kualitas layanan (*service quality*) dapat diartikan sebagai ukuran antara seberapa baik tingkat layanan yang diberikan perusahaan mampu sesuai dengan harapan atau ekspektasi nasabah. Jadi kualitas layanan dapat ditentukan dengan kinerja perusahaan dalam memenuhi harapan-harapan dan kebutuhan nasabah.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeka, 2005), h. 95.

<sup>47</sup> Ratminto dan Atik Septiwinarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 2.

<sup>48</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 142.

## **b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan**

Menurut Lovelock dan Wright, terdapat enam faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, sebagai berikut yaitu:<sup>49</sup>

1) Kesenjangan pengetahuan

Faktor kesenjangan pengetahuan merupakan perbedaan antara keyakinan penyedia jasa atau produk tentang harapan dan kebutuhan pelanggan yang sebenarnya.

2) Kesenjangan ukuran

Faktor kesenjangan ukuran merupakan perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan ukuran kualitas dalam menyampaikan jasa.

3) Kesenjangan penyampaian

Faktor kesenjangan penyampaian merupakan perbedaan antara spesifikasi ukuran penyampaian dan kinerja actual penyedia jasa.

4) Kesenjangan persepsi

Faktor kesenjangan persepsi merupakan perbedaan antara proses penyampaian dan persepsi yang akan pelanggan terima dari sebuah pelayanan jasa.

5) Kesenjangan interpretasi

Faktor kesenjangan interpretasi merupakan perbedaan antara informasi yang akan diberikan oleh penyedia jasa dengan informasi yang diterima oleh pelanggan.

6) Kesenjangan pelayanan

Faktor kesenjangan pelayanan merupakan perbedaan antara apa yang menjadi harapan akan dirasakan pelanggan dan persepsi mengenai pelayanan yang diterima.

---

<sup>49</sup> Lovelock dan Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: PT. Indeks, 2007), h. 97-98.

### c. Indikator Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman, terdapat lima indikator yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:<sup>50</sup>

#### 1) *Reliability* (keandalan)

Keandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan, adapun indikator indikator yang memengaruhi pelayanan adalah sebagai berikut:

- a) Kecepatan dan ketepatan dalam penerbitan polis.
- b) Kemudahan prosedur administrasi pembayaran premi.
- c) Keramahan karyawan ketika melayani nasabah.

#### 2) *Responsiviness* (ketanggapan)

Indikator ketanggapan merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun indikator yang mempengaruhi pelayanan adalah sebagai berikut:

- a) Kejelasan informasi secara jelas dan mudah untuk dipahami nasabah.
- b) Reaksi cepat tanggap terhadap keluhan nasabah.

#### 3) *Assurance* (kepastian)

Indikator kepastian merupakan agen (karyawan) asuransi harus memiliki pengetahuan yang baik dan dapat dipercaya oleh nasabah. Adapun indikator yang mempengaruhi pelayanan adalah sebagai berikut:

- a) Pengetahuan tentang produk yang ditawarkan agen (karyawan).

---

<sup>50</sup> Lijan Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 7.

b) Jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.

4) *Emphaty* (empati)

Indikator empati merupakan sikap dalam memberikan perhatian yang bersifat individual kepada para nasabah. Adapun indikator yang mempengaruhi pelayanan adalah sebagai berikut:

- a) Perhatian terhadap nasabah secara individual.
- b) Kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah.
- c) Kesabaran para agen (karyawan) dalam memberikan layanan kepada nasabah.
- d) Kesediaan agen (karyawan) dalam membantu nasabah yang menghadapi kesulitan.

5) *Tangibles* (penampilan fisik)

Indikator penampilan fisik merupakan sikap yang menunjukkan eksistensinya yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh nasabah. Adapun indikator yang mempengaruhi pelayanan adalah sebagai berikut:

- a) Kerapian penampilan agen atau staf.
- b) Kebersihan dan kenyamanan ruangan atau gedung.

**d. Dasar-dasar Pelayanan yang Baik**

Dasar-dasar pelayanan yang perlu dan wajib dipahami oleh seorang pemasar sebelum melakukan tugasnya, yaitu:

- 1) Berpakaian dan berpenampilan yang rapih dan bersih.
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.

- 4) Tenang, sopan, hormat dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- 6) Semangat dalam melayani dan menunjukkan kemampuannya.
- 7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
- 8) Mampu meyakini konsumen serta memberikan kepuasan.<sup>51</sup>

## 5. Kepuasan Nasabah

### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kotler dan Keller, mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan atas suatu kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>52</sup> Menurut Freddy Rangkuti, setiap nasabah dapat merasa dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidakpuasan, maksudnya setiap nasabah akan merasakan antara harapan yang diinginkan dengan kesesuaian kinerja actual produk setelah pemakaiannya. Apabila nasabah merasakan harapan yang sesuai maka nasabah akan merasa puas, sebaliknya apabila nasabah merasa kecewa karena tidak sesuai dengan harapan maka nasabah akan merasakan ketidakpuasan. Jadi kepuasan merupakan suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka telah menikmati pengalaman menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan.<sup>53</sup>

Kepuasan nasabah secara umum dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan

---

<sup>51</sup> Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 18-21.

<sup>52</sup> Philip Kotler dan Kevin L Keller., *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 138-139.

<sup>53</sup> Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 7.

pelayanan yang diterima nasabah dengan kinerja produk dan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah.<sup>54</sup>

#### **b. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Untuk mengetahui seberapa puas nasabah dalam membeli produk atau jasa disebuah perusahaan, diperlukanya metode pengukuran kepuasan nasabah. Menurut Kotler terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, sebagai berikut:<sup>55</sup>

##### 1) Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*)

Sistem keluhan dan saran digunakan untuk memberikan kesempatan bagi nasabah dalam menyampaikan keluhan dan saran. Keluhan dan saran yang diperoleh kemudian akan dijadikan masukan agar perusahaan dapat mengatasi keluhan dan saran tersebut.

##### 2) Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Pada perusahaan perlu menyuruh seseorang berperan sebagai pembeli bayangan ke perusahaan sendiri ataupun perusahaan lain, pembeli bayangan ini diperlukan untuk tujuan melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan dalam hal melayani nasabah. Juga nantinya dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai pengambilan keputusan oleh manajemen.

##### 3) Analisis pelanggan yang lain (*lost customer analysis*)

Analisis ini dilakukan dengan cara menghubungi nasabah atau pelanggan yang hilang, kemudian mereka diminta mengungkapkan mengapa mereka

---

<sup>54</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), h. 181.

<sup>55</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003), h. 210.

berhenti atau pindah ke perusahaan lain. Dari kontak tersebut akan diperoleh informasi sehingga perusahaan nantinya akan memperbaiki kinerjanya sehingga tidak ada lagi pelanggan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

4) Survei kepuasan konsumen (*customer satisfaction surveys*)

survei ini dilakukan dalam perusahaan untuk mendeteksi komentar pelanggan, survei tersebut dapat dilakukan melalui kantor pos, telepon atau wawancara, atau pelanggan diminta mengisi angket (kuesioner).

**c. 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. Adapun indikator kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut:

1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer service*)

Menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu penyedia jasa pelayanan secara keseluruhan.

2) Dimensi kepuasan pelanggan

Menunjukkan item-item seperti kecepatan pelayanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf sehingga pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item tersebut.

- 3) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*)  
Menunjukkan produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan (*expectation*).
- 4) Nilai beli ulang (*repurchase intention*)  
Menunjukkan pengalaman yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan serta minat untuk membeli atau menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut.
- 5) Kesiediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*)  
Menunjukkan kesiediaan nasabah dalam mempromosikan atau merekomendasikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman masalah.
- 6) Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*)  
Menunjukkan hubungan selama menjalin dengan perusahaan, antara puas atau tidaknya terhadap perusahaan tersebut.<sup>56</sup>

**d. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain dibagi menjadi lima faktor yaitu:

- 1) Kualitas jasa  
Kepuasan pelanggan diperoleh apabila pelanggan merasa senang terhadap kualitas jasa yang diberikan pegawai atau karyawan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.
- 2) Kualitas produk  
Kepuasan pelanggan diperoleh apabila pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk atau jasa tersebut dengan kualitas produk yang baik.

---

<sup>56</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), h. 368.



### 3) Harga

Harga mengambil peran penting dalam kepuasan nasabah, akan tetapi biasanya faktor harga tidak menjamin suatu produk memiliki kualitas yang baik.

### 4) Faktor situasional

Faktor ini terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa. Yang berada diluar kendali penyedia jasa.

### 5) Faktor personal (*emotional*)

Kepuasan nasabah tidak hanya diukur dengan kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.<sup>57</sup>

## 6. Asuransi Syariah

### a. Pengertian Asuransi

Istilah asuransi di Indonesia berasal dari bahasa Belanda “*assurantie*” yang kemudian menjadi kata “asuransi” dalam Bahasa Indonesia. Namun, istilah itu sendiri sebenarnya bukanlah istilah asli Bahasa Belanda, tetapi berasal dari bahasa latin yaitu *assecurate* yang artinya “meyakinkan orang”. Kata ini kemudian dikenal dalam bahasa Perancis sebagai *assurance*.<sup>58</sup>

Pengertian asuransi menurut UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian adalah perjanjian antara dua belah pihak atau lebih, dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada pihak tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian. Kerusakan atau kehilangan keuntungan

---

<sup>57</sup> Strategic, *Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal. Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 177.

<sup>58</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2019), h.122.

yang diharapkan atau tanggung jawab oknum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diberikan tertanggung, yang timbul dalam suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan.<sup>59</sup>

#### **b. Pengertian Asuransi Syariah**

Dalam bahasa Arab asuransi dikenal dengan istilah: *at-Syariah*, atau *at-Tadhamun* yang berarti: saling menanggung. Asuransi ini disebut juga dengan istilah *at-Ta'min*, yang berasal dari kata *amina*, yang berarti aman, tentram dan tenang. Lawannya adalah *al-khouf*, yang berarti takut dan khawatir. Dinamakan *at-Ta'min*, karena orang yang melakukan transaksi ini (berasuransi syariah) telah merasa aman dan tidak khawatir terhadap bahaya yang akan menimpanya di masa depan, dengan adanya transaksi ini risiko yang akan terjadi akan tercover oleh pihak asuransi syariah.<sup>60</sup>

Adapun pengertian asuransi syariah menurut terminologi sebagaimana yang disebutkan dalam Fatwa DSN MUI Nomor 21 DSN-MUI/X/2001. Menetapkan Fatwa tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah, definisi asuransi syariah (*Ta'min Tafakul atau Tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan/atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah yaitu yang tidak mengandung *gharar* (penipuan), *masyir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), dan *risywah* (suap).<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Pasal 1 ayat (1) UU No.2 Tahun 1992 Tentang *Usaha Peransuransian*.

<sup>60</sup> muhamad, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Lainnya*. h.198.

<sup>61</sup> Fatwa DSN MUI, *Pedoman Umum Asuransi Syariah*.

### c. Dasar Hukum Asuransi Syariah

#### 1) Ayat Al-Qur'an

Dasar hukum asuransi syariah berdasarkan muatan nilai yang ada dalam praktik asuransi syariah, terkandung dalam Al-Qur'an berikut ini:<sup>62</sup>

a) Firman Allah tentang perintah mempersiapkan hari depan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَارْتَبُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ  
لِغَدِّ وَارْتَقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ  
(١٨)

Artinya: "hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuat untuk hari esok, dan bertakwalah kamu kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang engkau kerjakan". (QS. Al-Hasyr: 18)

b) Firman Allah tentang prinsip-prinsip bermuamalah, baik yang harus dilaksanakan maupun dihindarkan, antara lain:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ  
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا  
(٢٩)

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (QS. An-Nisaa [4]:29).

---

<sup>62</sup> Mardani, *Aspek Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h.93-95.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى  
 الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ  
 (٢)

Artinya: “dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (QS. Al-Maidah [5]:2).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ  
 وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ  
 الشَّيْطَانِ فَأَجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (٩٠)

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan” (QS. Al-Maaidah [5]: 90).

وَأَحَلَّ اللَّهُ التَّيْبَعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا (٢٧٥)

Artinya: “dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (QS.al-Baqarah [2]: 275).

## 2) Hukum fatwa asuransi

- a) Fatwa Nomor 21/DSN–MUI/X/2001 tentang pedoman umum asuransi syariah.
- b) Fatwa Nomor 51/DSN-MUI/III/2006 tentang Mudharabah, Musyarakah pada asuransi syariah.
- c) Fatwa Nomor 52/DSN-MUI/III/2006 tentang wakalah bil ujah pada asuransi syariah.

- d) Fatwa Nomor 53/DSN-MUI/III/2006 tentang *Tabarru'* pada asuransi syariah.<sup>63</sup>
- 3) Peraturan perundang-undangan
  - a) Undang-undang Nomor 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian.
  - b) Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian.

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian merupakan undang-undang yang terbaru dari undang-undang nomor 2 tahun 1992 tentang usaha perasuransian.

#### **d. Prinsip –prinsip Asuransi Syariah**

Terdapat delapan prinsip-prinsip dalam asuransi syariah yaitu sebagai berikut:<sup>64</sup>

##### 1) Tolong menolong

Tolong menolong menjadi prinsip asuransi syariah dikarenakan dalam asuransi syariah menggunakan akad *tabarru'*, yaitu akad kebaikan. Akad *tabarru'* dilakukan dengan tujuan tolong menolong dalam berbuat kebaikan.

##### 2) Kerja sama

Kerja sama yang diterapkan dalam asuransi syariah dapat berwujud dalam bentuk akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Akad *mudharabah* yaitu pemilik modal menyerahkan modal kepada pengusaha untuk berdagang dengan modal tersebut, dan laba dibagi sesuai dengan kesepakatan. Sedangkan akad *musyarakah* adalah akad yang berlaku anatar dua orang atau lebih untuk *ta'awun* dalam bekerja pada suatu usaha dan membagi keuntungan.

<sup>63</sup> Muhamad, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Lainnya*, h. 206

<sup>64</sup> Mardani, *Aspek Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, h.99-102

## 3) Kerelaan

Dalam berasuransi syariah, kerelaan (*ar-ridha*) dapat ditetapkan pada setiap nasabah asuransi agar mempunyai motivasi dari awal untuk merelakan sejumlah dana kontribusi (premi) yang disetorkan kepada perusahaan asuransi. Dana tersebut difungsikan sebagai dana sosial (*tabarru'*) untuk tujuan membantu nasabah asuransi jika mengalami bencana kerugian.

## 4) Amanah

Prinsip amanah harus diterapkan dalam semua bisnis syariah, termasuk asuransi syariah. Sifat amanah harus diterapkan oleh kedua belah pihak anatar nasabah dan perusahaan asuransi syariah. Yaitu seorang nasabah menyampaikan informasi yang benar berkaitan premi yang dibayar, dan tidak adanya manipulasi kerugian yang menimpa dirinya. Sifat amanah dalam perusahaan asuransi syariah adalah harus membuat laporan yang jujur dan transparan.

## 5) Keadilan

Prinsip keadilan dalam asuransi syariah dapat ditetapkan dalam pembagian bagi hasil (nisbah bagi hasil) sesuai kesepakatan dalam akad.

## 6) Bebas riba

Prinsip bebas riba dalam asuransi syariah tidak mengenal riba (bunga). Karena riba hukumnya haram menurut syariah.

7) Bebas *gharar*

Prinsip bebas *gharar* dalam asuransi syariah karena *gharar* adalah jual beli yang tidak jelas kesudahannya. Kejelasan ini bisa terjadi pada barang atau harga. Asuransi konvensional dilarang karena kontraknya berasaskan *gharar* yang akadnya dikaitkan dengan kejadian yang

tidak jelas, mungkin terjadi dan mungkin tidak terjadi.

8) Bebas *maysir*

Asuransi syariah dilarang menggunakan model perjudian, karena judi dilarang oleh syariah.

**e. Akad yang Digunakan Dalam Asuransi Syariah**

Terdapat akad-akad yang digunakan dalam asuransi syariah, antara lain:<sup>65</sup>

1) Akad *Mudharabah-Musyarakah*

Penggunaan akad ini telah ditetapkan oleh fatwa DSN No.51/DSN-MUI/III/2006, dengan ketentuan sebagai berikut:

Ketentuan hukum pada akad *mudharabah* dan *musyarakah* adalah:

- a) *Mudharabah musyarakah* boleh dilakukan oleh perusahaan asuransi, karena merupakan bagian dari hukum *mudharabah*.
- b) *Mudharabah musyarakah* dapat diterapkan pada produk asuransi syariah yang mengandung unsur tabungan (*saving*) maupun non tabungan.

Ketentuan akad yang digunakan pada akad *mudharabah* dan *musyarakah* adalah:

- a) Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah musyarakah* yaitu perpaduan dari akad *mudharabah* dan akad *musyarakah*.
- b) Perusahaan asuransi sebagai *mudharib* menyertakan modal atau dananya dalam investasi bersama dana peserta.
- c) Modal atau dana perusahaan asuransi dan dana peserta diinvestasikan secara bersama-sama dalam portofolio.
- d) Perusahaan asuransi sebagai *mudharib* mengelola investasi tersebut.

---

<sup>65</sup> Ibid, h. 113-117

- e) Dalam akad, harus sekurang-kurangnya:
- (1) Hak dan kewajiban peserta asuransi.
  - (2) Besaran nisbah, cara, dan waktu pembagian hasil investasi.
  - (3) Syarat-syarat lain yang disepakati, sesuai dengan produk asuransi yang diakadkan.

2) Akad *Wakalah Bil Ujrah*

Penggunaan akad ini telah ditetapkan oleh fatwa DSN No. 52/DSN-MUI/III/2006, dengan ketentuan sebagai berikut:

Ketentuan hukum yang terdapat pada akad *wakalah bil ujarah* adalah:

- a) *Wakalah bil ujarah* boleh dilakukan antara perusahaan asuransi dan peserta.
- b) *Wakalah bil ujarah* adalah pemberian kuasa dari peserta kepada perusahaan asuransi untuk mengelola dana peserta dengan imbalan pemberian ujarah (*fee*).
- c) *Wakalah bil ujarah* dapat ditetapkan pada produk asuransi yang mengandung unsur tabungan (*saving*) maupun unsur *tabarru'* (*nonsaving*).

Ketentuan akad yang digunakan dalam akad *wakalah bil ujarah*:

- a) Akad yang digunakan adalah akad *wakalah bil ujarah*.
- b) Objek *wakalah bil ujarah* meliputi antara lain:
  - (1) Kegiatan administrasi.
  - (2) Pengelolaan dana.
  - (3) *Underwriting*.
  - (4) Pengelolaan portofolio risiko.
  - (5) Pemasaran.
  - (6) Investasi.
- c) Dalam akad *wakalah bil ujarah*, harus disebutkan sekurang-kurangnya:



- (1) Hak dan kewajiban peserta dan perusahaan asuransi.
- (2) Besaran, cara dan waktu pemotongan ujarah *fee* atas premi.
- (3) Syarat-syarat lain yang disepakati, sesuai dengan jenis asuransi yang diadakan.

### 3) Akad *Tabarru'*

Penggunaan akad ini telah ditetapkan oleh fatwa DSN No.53/DSN-MUI/III/2006, dengan ketentuan sebagai berikut:

Ketentuan hukum yang digunakan dalam akad *tabarru'* antara lain:

- a) Akad *tabarru'* merupakan akad yang harus melekat pada semua produk asuransi.
- b) Akad *tabarru'* pada asuransi adalah semua bentuk akad yang dilakukan antar-peserta pemegang polis.
- c) Asuransi syariah yang dimaksud pada point a yakni asuransi jiwa, asuransi kerugian, dan reasuransi.

Ketentuan akad yang digunakan dalam akad *tabarru'* antara lain:

- a) Akad *tabarru'* pada asuransi syariah adalah akad yang dilakukan dalam bentuk hibah dengan tujuan kebijakan dan tolong-menolong antar peserta, bukan untuk tujuan komersial.
- b) Dalam akad *tabarru'*, harus disebutkan sekurang-kurangnya:
  - (1) Hak dan kewajiban masing-masing peserta secara individu.
  - (2) Hak dan kewajiban antara peserta secara individu dalam akun *tabarru'* selaku peserta dalam arti badan/kelompok.
  - (3) Cara dan waktu pembayaran premi dan klaim.

- (4) Syarat-syarat lain yang disepakati, sesuai dengan jenis asuransi yang diadakan.

**f. Tujuan Asuransi Syariah**

Tujuan didirikannya asuransi syariah antara lain:<sup>66</sup>

- 1) Memberikan jaminan-jaminan atas risiko-risiko kerugian yang diderita suatu pihak.
- 2) Meningkatkan efisiensi karena tidak perlu secara khusus mengadakan pengamanan dan pengawasan untuk memberikan perlindungan yang memakan banyak tenaga, waktu, dan biaya.
- 3) Pemerataan biaya, yaitu hanya mengeluarkan biaya dengan jumlah tertentu dan tidak perlu mengganti/membayar sendiri kerugian yang timbul yang jumlahnya tidak tentu dan tidak pasti.
- 4) Sebagai tabungan karena jumlah yang dibayar kepada pihak asuransi akan dikembalikan dalam jumlah lebih besar. Hal ini khusus berlaku pada asuransi jiwa.
- 5) Menanggung *loss of earning power* seseorang atau badan usaha pada saat ia tidak dapat berfungsi (bekerja).

**B. Kerangka Pemikiran dan Pengajuan Hipotesis**

**1. Kerangka Pemikiran**

Kerangka berfikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori-teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penting. Dasar pemikiran yang melandasi penelitian ini adalah mengkaji pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu pengaruh tarif premi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah asuransi syariah PT SunLife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

---

<sup>66</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Lembaga Keuangan Syariah*, h. 129.

Menurut Kotler dan Keller, mengatakan bahwa kepuasan nasabah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan atas suatu kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>67</sup> Menurut Fandy Tjiptono, terdapat indikator kepuasan nasabah antara lain *overall customer service*, dimensi kepuasan nasabah, konfirmasi harapan, nilai beli ulang, kesediaan untuk merekomendasi dan ketidakpuasan pelanggan.<sup>68</sup>

Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya adalah tarif premi. Menurut Subagyo, premi asuransi merupakan uang yang harus dibayarkan oleh tertanggung (pemegang polis) kepada perusahaan asuransi yang dapat ditentukan dengan cara tertentu sesuai kesepakatan.<sup>69</sup> Menurut Amrin, terdapat tiga indikator tarif premi yaitu *mortality table* (tabel mortalitas), *mudharabah* (asumsi bagi hasil) dan biaya-biaya asuransi yang adil dan tidak menzalimi peserta.<sup>70</sup>

Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah selanjutnya adalah kualitas layanan. Menurut Wiwik Sulistiyowati, kualitas layanan adalah segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikan sebagai akibatnya tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen.<sup>71</sup> Menurut Lovelock dan Wright, terdapat enam faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu kesenjangan pengetahuan, kesenjangan ukuran,

---

<sup>67</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2009).

<sup>68</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), h. 368.

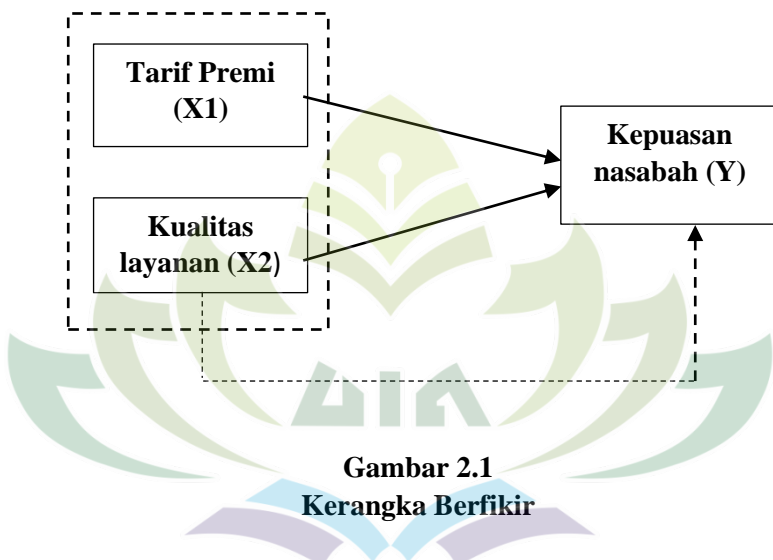
<sup>69</sup> Subagyo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 1998), h. 84

<sup>70</sup> Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah: Keberadaannya dan Kelebihannya di Tengah Asuransi Konvensional* (Jakarta: IKAPI, 2006), h. 109.

<sup>71</sup> wiwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*, Sidoarjo (UMSIDA Press, 2018).

kesenjangan penyampaian, kesenjangan persepsi, kesenjangan interpretasi dan kesenjangan pelayanan.<sup>72</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Heri Syah Siregar (2020), Sinta Dewi Siahaan, Tirta Nadia Sibarani dan Nurmaidah Ginting (2021), Luh Novi Merta Sari dan Made Mulia Handayani (2019) yang meneliti tentang tarif premi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, maka bagan kerangka berfikir secara skematis dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

Keterangan: —————> pengaruh secara parsial (uji t)  
 - - - - -> pengaruh secara simultan (uji F)

## 2. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis merupakan sebagai dugaan sementara yang kebenarannya masih di uji, atau rangkuman simpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.<sup>73</sup> Dari

<sup>72</sup> Lovelock dan Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: PT. Indeks, 2007), h. 97-98.

<sup>73</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 63.

pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis dapat dikatakan sebagai dugaan sementara mengenai masalah yang akan diteliti di uji kebenarannya sehingga akan diketahui hasilnya, apakah ditolak atau diterima. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**a. Pengaruh Tarif Premi Terhadap Kepuasan Nasabah**

Menurut Amrin mengatakan bahwa premi asuransi adalah sejumlah uang yang wajib dibayarkan setiap bulannya sebagai kewajiban dari pihak tertanggung atas keikutsertaannya di asuransi.<sup>74</sup>

Hubungan harga premi/ tarif premi dengan kepuasan nasabah yaitu harga mengambil peran penting dalam kepuasan nasabah, apabila harga yang telah dibayarkan oleh nasabah sesuai dengan manfaat yang diterima nasabah.<sup>75</sup> Apabila tarif premi yang diberikan perusahaan sesuai dengan jangkauan dan manfaat yang diterima nasabah, maka nasabah akan merasakan kepuasan, sedangkan apabila tarif premi yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan jangkauan dan manfaat yang diterima nasabah, maka nasabah akan merasakan ketidakpuasan.

Dari penjelasan di atas penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Heri Syah Putra Siregar (2020) menyatakan bahwa tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah<sup>76</sup>, Sinta Dewi Sihaan, Tirta Nadia Sibarani, dan Nurmaidah Ginting (2021)

---

<sup>74</sup> Amrin, *Meraih Berkah melalui Asuransi Syariah* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), h. 34.

<sup>75</sup> Strategic, *Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal. Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*, 177.

<sup>76</sup> Siregar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Premi dan Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi PT. Askrindo (Persero) Cabang Kisaran."

menyatakan bahwa harga premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah<sup>77</sup>, dan Luh Novi Merta Sari dan Made Mulia (2019) menyatakan bahwa premi asuransi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>78</sup>

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan dapat dirumuskan hipotesis, sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah asuransi syariah pada di PT Sunlife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

#### **b. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip Tjiptono mengatakan bahwa kualitas layanan (*service quality*) dapat diartikan sebagai ukuran antara seberapa baik tingkat layanan yang diberikan perusahaan mampu sesuai dengan harapan atau ekspektasi nasabah.<sup>79</sup>

Hubungan kualitas layanan dengan kepuasan nasabah diperoleh apabila nasabah merasa senang terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan telah sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.<sup>80</sup> Hal ini menunjukkan apabila kualitas layanan yang diberikan perusahaan telah sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa puas, sedangkan

---

<sup>77</sup> Siahaan, Sibarani, dan Ginting, “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Asc Medan Utara.”

<sup>78</sup> Sari dan Handayani, “Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Jasa Asuransi Kendaraan Pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar.”

<sup>79</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 142 .

<sup>80</sup> Strategic, *Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal. Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*, h. 177.

apabila kualitas layanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa tidak puas.

Dari penjelasan di atas penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sintya Dewi Siahaan, Tirta Nadia Sibarani, dan Nurmaidah Ginting (2021), menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah<sup>81</sup>, Indah Oktari, Stefanus Prima Nugroho, dan Hariyani (2018), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah<sup>82</sup>, dan Andre Octo Yurianto dan Reni Shinta Dewi (2021), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>83</sup>

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan dapat dirumuskan hipotesis, sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah asuransi syariah pada di PT Sunlife Financial Syariah Cabang Bandar Lampung.

---

<sup>81</sup> Siahaan, Sibarani, dan Ginting, “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Asc Medan Utara.”

<sup>82</sup> Indah Oktari, Stefanus P Nugroho, dan Hariyani Hariyani, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi (Studi Kasus Pada PT. Allianz Life Cabang Pangkalpinang),” *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis* 24, no. 2 (2018): 26–36.

<sup>83</sup> Yurianto dan Dewi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang).”

## DAFTAR RUJUKAN

- Abbas Salim. *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta: Grafindo Persada, 2000.
- Abdullah Amrin. *Asuransi Syariah: Keberadaannya dan Kelebihannya di Tengah Asuransi Konvensional*. Jakarta: IKAPI, 2006.
- Ali Maulidi, AC, MA. *Teknik Belajar Statistika 2*. Jakarta: Alim's Publishing, 2015.
- Ali Mauludi. *Teknik Belajar Statistika 2*. Jakarta: Alim's Publishing, 2013.
- Amrin. *Meraih Berkah melalui Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011.
- Andri Soematra. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Aristyanto, Erwan, Allen Pranata Putra, dan Riduwan Riduwan. "Pengaruh Religiusitas, Pelayanan dan Tarif Premi terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah dengan Minat Berasuransi Syariah Sebagai Variabel Intervening di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya." *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal* 5, no. 2 (2021): 174–203.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Manangement Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Cholid Narbuko. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Danang Sunyoto. *Konsep Dasar: Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Deni Darmawan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- "DewiYulianingrum, Wawancara Dengan Penulis, PTSunLife Financial Syariah, Bandar Lampung, 16 Juni 2022".



- Dr. Andri Soemitra. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009.
- Dwi Tatak, Subagiyo, dan Salviana Fries Melia. *Hukum Asuransi*. Surabaya: PT Revka Petra Media, 2016.
- Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- . *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Fatwa DSN MUI. *Pedoman Umum Asuransi Syari'ah*, 2001.
- Freddy Rangkuti. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Handi Irawan. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003.
- Imam, Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan rogram SPSS, Cetakan Iv*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro, 2007.
- Iman Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP UNDIP, 2005.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Irawan. *Logika dan Prosedur Penelitian Pengantar Teori dan Panduan Praktis Penelitian Sosial Bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula*.
- Jalaludin Rahmat. *Metodologi penelitian komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Kotler, Philip, dan Kevin L Keller. *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga, 2009.

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeka, 2005.
- . *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 j. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Erlangga, 2005.
- Kurniawaty, Erlita. “Pengaruh Citra Perusahaan dan Tarif Premi terhadap minat beli yang berdampak pada kepuasan pelanggan di PT Asuransi Cigna Jakarta.” *Jurnal Kreatif Pemasaran, Sumber Daya Manusia dan Keuangan* 5 (2017).
- Lijan Poltak Sinambela. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Lovelock dan Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Lukman Hakim. *Prinsip-Prinsip Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Erlangga, 2019.
- Mardani. *Aspek Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Moch Darsyah Sinungan. *Manajemen Dana Asuransi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2014.
- Moh. Nazir. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 1983.
- Muhamad. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Lainnya*. Depok: Rajawali Pers, 2020.
- Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Oktari, Indah, Stefanus P Nugroho, dan Hariyani Hariyani. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi (Studi Kasus Pada PT. Allianz Life Cabang Pangkalpinang).” *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*

24, no. 2 (2018): 26–36.

*Pasal 1 ayat (1) UU No.2 Tahun 1992 Tentang Usaha Peransuransian.*

Philip Kotler and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 jilid 1.* Jakarta: Erlangga, 2006.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I.* Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009.

Ratminto, dan Atik Septiwinarsih. *Manajemen Pelayanan,.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Ronny Kountur. *Riset Pemasaran.* Jakarta: Penerbit PPM, 2008.

Saefullah, Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan. *Pengantar Manajemen.* Jakarta: Prenada Media, 2005.

Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian.* Yogyakarta: Andi Offset, 2013.

Sari, Luh Novi Merta, dan Made Mulia Handayani. “Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Jasa Asuransi Kendaraan Pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium* 5, no. 2 (2019): 101–12.

Siahaan, Sintya Dewi, 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.

Siregar, Heri Syah Putra. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Premi dan Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi PT. Askrimdo (Persero) Cabang Kisaran.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 3 (2016): 16.

- Situmorang, Syafrizal Helmi, dan Muslich Lutfi. *Analisis Data Riset Manajemen Dan Bisnis*. Medan: USU Press, 2014.
- Soesino Djojosoedarso. *Prinsip-Prinsip dan Manajemen Risiko Asuransi Syariah*. Jakarta: PT salemba Empat Satria, 2011.
- Strategic. *Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal. Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Subagyo. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 1998.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta, 2001.
- Sujarweni, Wiratama. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Swastha, Basu. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Tantri, Thamrin Abdullah dan Francis. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- Undang- undang No. 40 Tahun 2014, Tentang Perasuransian.
- “Website Resmi Asuransi Sun Life, [www.sunlife.co.id](http://www.sunlife.co.id) (diakses pada Senin, 11 April 2022 pukul 08.25 WIB)” [www.sunlife.co.id](http://www.sunlife.co.id).
- Wiwik Sulistiyowati. *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Sidoarjo. UMSIDA Press, 2018.

Yurianto, Andre Octo, dan Reni Shinta Dewi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10, no. 1 (2021): 753–61.

