



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOYALITAS DAN
PREMI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA
PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA
RO RIAU AGENCY PEKANBARU**

TESIS

Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister
Ekonomi (ME) Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



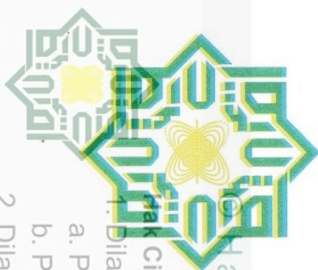
UIN SUSKA RIAU

Oleh :

SESMANIAR

NIM. 21790325784

**PROGAM PASCASARJANA (PPs)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
1442 H./2021 M.**



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
 Phone & Facs, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

Lembaran Pengesahan

Nama	: Sesmaniar
Nomor Induk Mahasiswa	: 21790325784
Gelar Akademik	: M.E. (Magister Ekonomi Syariah)
Judul	: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Ro. Riau Agency Pekanbaru

Tim Penguji:

Dr. Hj. Sitti Rahmah, M. Si
 Penguji I/Ketua

Dr. Yanti, M. Ag.
 Penguji II/Sekretaris

Dr. Mahendra Romus. Sp., M. Si
 Penguji III

Dr. Mahyarni, SE., MM.
 Penguji IV

Tanggal Ujian/Pengesahan

29 Januari 2021

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN PENGUJI

Kami yang bertandatangan di bawah ini selaku Tim Penguji Tesis mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul: **“ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru”**, yang ditulis oleh saudara:

Nama : Sesmaniar
NIM : 21790325784
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau, pada tanggal 29 Januari 2021.

Penguji I,

Dr. Mahendra Romus, S.P., M.Ec
NIP. 19711119 200501 1 004

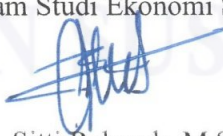

.....
Tgl. 08 Februari 2021

Penguji II,

Dr. Mahyarni, SE., MM
NIP. 19700826 19993 2 001


.....
Tgl. 08 Februari 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah


Dr. Hj. Sitti Rahmah, M.Si
NIP. 19640508 199303 2 002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PEMBIMBING

Kami yang bertandatangan di bawah ini selaku Pembimbing Tesis mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul: **“ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru”**, yang ditulis oleh saudara:

Nama : Sesmaniar
 NIM : 21790325784
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah diujikan pada tanggal 29 Januari 2021.

Pembimbing I,

Dr. Hj. Sitti Rahmah, M.Si
 NIP. 19640508 199303 2 002

.....
 Tgl. 08 Februari 2021

Pembimbing II,

Dr. Mahyarni, SE., MM
 NIP. 19700826 19993 2 001

.....
 Tgl. 08 Februari 2021

Mengetahui,
 Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dr. Hj. Sitti Rahmah, M.Si
 NIP. 19640508 199303 2 002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini selaku pembimbing tesis dengan ini menyetujui bahwa tesis berjudul: **“ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru”**, yang ditulis oleh saudara:

Nama : Sesmaniar
 NIM : 21790325784
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Untuk diajukan dalam sidang Munaqasyah Tesis pada Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Tanggal: 25 Januari 2021
 Pembimbing I,

Dr. Hj. Sitti Rahmah, M.Si
 NIP. 19640508 199303 2 002

Tanggal: 25 Januari 2021
 Pembimbing II,

Dr. Mahyarni, SE., MM
 NIP. 19700826 19993 2 001

Mengetahui,
 Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dr. Hj. Sitti Rahmah, M.Si
 NIP. 19640508 199303 2 002

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dr. Hj. Sitti Rahmah, M.Si
DOSEN PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudara
Sesmaniar

Kepada Yth:
Direktur Program Pascasarjana
UIN Sultan Syarif Kaim Riau

Di-
Pekanbaru
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi tesis saudara :

Nama : Sesmaniar
NIM : 21790325784
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian, dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Suska Riau.

Demikian kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 25 Januari 2021
Pembimbing I,

Dr. Hj. Sitti Rahmah, M.Si
NIP. 19640508 199303 2 002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©**Dr.Mahyarni,SE., MM**
DOSEN PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudara
Sesmaniar

Kepada Yth:

Direktur Program Pascasarjana
UIN Sultan Syarif Kaim Riau

Di-

Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi tesis saudara :

Nama : Sesmaniar
NIM : 21790325784
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian, dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Suska Riau.

Demikian kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 25 Januari 2021

Pembimbing II

DR.Mahyarni,SE., MM
NIP.19700826 199903 2 001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sesmaniar
NIM : 21790325784
Tempang/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 13 Juli 1977
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya susun dengan judul *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru"*. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dari Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau ini seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri maupun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pekanbaru, 26 Januari 2021
Yang Menyatakan



SESMANIAR
NIM. 217903257784

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas pelayanan, Loyalitas dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency”**.

Penulisan Tesis ini diperuntukkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ekonomi Syariah pada Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan Tesis ini penyusun menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penyusun. Namun banyak pihak yang mendorong dan memberikan motivasi bagi penyusun sehingga dapat menyelesaikan Tesis ini.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan penuh dengan rasa hormat penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. Buat yang tercinta dan yang tersayang kedua orang tua, Alm. Ayahanda Basri St Nagari dan Ibunda Nurti yang selalu sabar mengasuh dan membimbingku dengan penuh kasih sayang dan penuh kesabaran dan dengan do'a mereka pula maka aku bisa sukses.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Buat Keluarga Tercinta Suami Japrialdi, S.Ag dan Ananda M. Faridz Maulana yang selalu mendukung dan menjadi inspirasi untuk memprioritaskan pendidikan.
3. Bapak Prof. DR. Suyitno, M.Ag., selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Afrizal M,MA selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
5. Ibu Hj.Siti Rahmah, M.Si selaku ketua Prodi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan sekaligus pembimbing Tesis yang sudah sabar dan senantiasa mendukung untuk menyelesaikan Studi ini.
6. Ibu Dr. Yanti, M.Ag sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
7. Ibu Dr. H. Mahyarni, SE.MM selaku dosen pembimbing II yang bersedia membimbing dan memberikan waktu serta ilmunya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
8. Ibu Dewi Hartati, S.Ag selaku pimpinan di PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru dan sekaligus sahabat seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan dukungan hingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
9. Alvi Dwi Ningrum selaku staff pada PT.Asuransi Takaful keluarga RO Riau Agency Pekanbaru yang telah banyak memberikan bantuan dan meluangkan waktu hingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Teman-temanku Pasca Sarjana Ekonomi Syariah angkatan 2019 yang telah membantu dan memberikan support dalam penyelesaian penulisan Tesis yang disusun ini, terkhusus Khoirul Amri M.E (Kosma) Semoga semua motivasi, semangat, do'a serta bantuan yang telah diberikan mendapat imbalan dari Allah SWT.

11. Almamaterku tercinta ucapan tulus terima kasih atas bantuan yang diberikan dari semua pihak, semoga mendapat balasan dari Allah SWT sebagai amalan yang diperhitungkan dan mendapat imbalan yang jauh berharga

Akhirnya, penulis berharap semoga Tesis ini dapat membawa manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis mohon maaf jika seandainya dalam penulisan ini terdapat kekurangan dan kekeliruan. Penulis berharap mendapatkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi penyempurnaan penulisan tesis ini. Aamiin.

Pekanbaru, 27 Januari 2021
Penulis,

SESMANIAR
NIM. 21790325784



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

NOTA DINAS PEMBIMBING I	
NOTA DINAS PEMBIMBING II	
PERSETUJUAN	
SURAT PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
PEDOMAN LITERASI	ix
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Definisi Istilah	12
C. Permasalahan	14
1. Identifikasi Masalah	14
2. Batasan Masalah	14
3. Rumusan Masalah	15
4. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	15
BAB II KERANGKA TEORITIS	18
A. Marketing	18
1. Pelayanan	20
2. Loyalitas	34
3. Premi	45
4. Kepuasan Nasabah	48
5. Pengaruh Kuliatas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Aegncy Pekanbaru	53



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Pengaruh Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency	54
7. Pengaruh Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency	55
B. Kerangka Pemikiran	57
C. Tinjauan Pustaka	59
D. Konsep Operasional	68
BAB III METODE PENELITIAN	69
A. Jenis Penelitian	69
B. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian	69
C. Populasi dan Sampel	70
1. Populasi	70
2. Sampel	70
D. Sumber Data Penelitian	72
E. Hipotesis	73
F. Teknik Pengumpulan Data	73
G. Teknik Analisis Data	74
1. Uji Instrumen Penelitian	75
2. Uji Asumsi Klasik	76
3. Uji Hipotesis	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	82
A. Profil PT.Asuransi Takaful Keluarga	82
1. Visi dan Misi PT. Asuransi Takaful Keluarga	82
2. Struktur Organisasi PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru	84
3. Produk PT.Asuransi Takaful keluarga RO Riau Agency Pekanbaru	89
B. Deskripsi Data Penelitian	92
1. Deskripsi Identitas Responden	92
C. Analisis Statistik Deskriptif	96

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Uji Validitas dan Reabilitas Data	103
1. Uji Validitas Data	103
2. Uji Realibilitas Data	105
E. Asumsi Klasik	106
1. Uji Normalitas Data	106
2. Uji Multikolinearitas	107
3. Uji Heterokedastisitas	107
4. Uji Autokorelasi	109
F. Analisis Regresi Linear Berganda	110
G. Uji Hipotesis	112
1. Uji Parsial (T-Test)	112
2. Uji Simultan (F-Test)	114
3. Uji Koefisien Determinas (R^2)	115
H. Pembahasan	116
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	116
2. Pengaruh Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah	119
3. Pengaruh Premi Terhadap Kepuasan Nasabah	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran	124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Nasabah dan Pendapatan Premi dari Tahun 2015 s/d2019	9
Tabel 3.1	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	79
Tabel 4.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
Tabel 4.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	93
Tabel 4.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	94
Tabel 4.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Menjadi Nasabah	95
Tabel 4.5	Analisis Statistik Dekriptif	96
Tabel 4.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Nasabah.....	98
Tabel 4.7.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Layanan.....	99
Tabel 4.8.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Loyalitas.....	100
Tabel 4.9.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Premi	102
Tabel 4.10	Uji Validitas Data	104
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Data	105
Tabel 4.12	Uji Normalitas	106
Tabel 4.13	Uji Multikolinearitas	107
Tabel 4.14	Uji Heteroskedastisitas Glejser	109
Tabel 4.15	Uji Autokorelas	110
Tabel 4.16	Analisis Regresi Berganda	111
Tabel 4.17	Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	113
Tabel 4.18	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	115
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi(R^2)	116

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tiga Pilar Loyalitas	42
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	58
Gambar: 3.1	Rumus Taro Yamane	71
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru	84
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas	102

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pengalihan huruf Arab-Indonesia dalam naskah ini di dasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, tanggal 22 Januari 1988, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana yang tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab (*A Guide to Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992.

A. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	a	ث	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	'
ط	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ص	Sy	ء	'
ش	Sh	ي	Y
ط	Di		

B. Vokal, panjang dan diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlomah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang	= Â	misalnya	قال	menjadi qâla
Vokal (i) panjang	= î	misalnya	قيل	menjadi qîla
Vokal (u) panjang	= Û	misalnya	دون	menjadi dûna

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya' nisbat



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dengan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) =	و	misalnya	قول	menjadi	qawlun
Diftong (ay) =	ي	misalnya	خير	menjadi	khayrun

C. Ta' marbûthah (ة)

Ta' marbuthah ditransliterasikan dengan "t" jika berada ditengah kalimat, tetapi apabila Ta' marbuthah tersebut berada diakhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al-risalat li al-madrasah*, atau apabila berada ditengah-tengah kalimat yang berdiri dari susunan *mudlaf* dan *Mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan *t* yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi *fi rahmatillah*.

D. Kata Sandang dan Lafdz al-Jalâlah

Kata Sandang berupa "al" (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak diawal kalimat, sedangkan "al" dalam lafadh jalâlah yang berada ditengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan...
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan...
3. Masyâ' Allâh kâna wa mâ lam yasya' lam yakun.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Sesmaniar, (2021): Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Ro Riau Agency Pekanbaru

Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat rendah. Ini terlihat dari pemegang polis di Indonesia yang masih 1,7% dari total jumlah penduduk negeri ini. Hal ini menyebabkan perkembangan industri asuransi di Indonesia, khususnya asuransi syariah belum begitu signifikan. Padahal kita tahu bahwa potensi pasar industri asuransi syariah untuk berkembang di Indonesia sangat besar, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif asosiatif yang bersifat menganalisa dan membuktikan pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Premi terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 Nasabah Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru dengan taraf kesalahan 10%. Sumber data dibedakan atas dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan angket, dokumentasi, wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sesuai dengan hasil Uji regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 3.934 + 0.199X_1 + 0.078X_2 + 0.368X_3$. Kemudian dari hasil Uji Simultan (Uji F) diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, loyalitas dan premi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Dan berdasarkan uji Parsial (Uji t) diketahui bahwa loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru. Semakin baik kualitas pelayanan, loyalitas, maka semakin meningkat kepuasan nasabah. Premi yang tinggi sehingga dapat meningkatkan daya minat seorang nasabah dalam menggunakan jasa asuransi. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R square (R^2) sebesar 0,711. Hasil ini berarti menunjukkan hanya kontribusi dari kualitas pelayanan, loyalitas dan premi terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru sebesar 71,1%. Sedangkan sisanya 29,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Premi, Kepuasan Nasabah

Sesmaniar, (2021) The Effect of Service Quality, Loyalty And Premiums towards Customer Satisfaction at Takaful Family Insurance Ro Riau Agency Pekanbaru



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAC

The level of awareness of the Indonesian people in insurance is still very low. This can be seen from policyholders in Indonesia who are still 1.7% of the total population of this country. This has led to the development of the insurance industry in Indonesia, especially Islamic insurance, which has not been very significant. Even though we know that the market potential for the sharia insurance industry to develop in Indonesia is very large, considering the majority of Indonesia's population is Muslim.

The type of research used is descriptive quantitative research. This study uses an associative quantitative research approach that analyzes and proves the effect of service quality, Loyalty And Premiums towards Customer Satisfaction at Takaful Family Insurance Ro Riau Agency Pekanbaru. The sample in this study amounted to 85 customers of Takaful Family Insurance Ro Riau Agency Pekanbaru. with an error rate of 10%. Data sources are divided into two parts, namely primary data and secondary data. Data collection methods used questionnaires, documentation, interviews and observations. The results showed that according to the results of the multiple linear regression test, the equation was obtained $Y = 3.934 + 0.199X_1 + 0.078X_2 + 0.368X_3$. Then from the results of the Simultaneous Test (Test F) It is known that the variables of service quality, loyalty and premium simultaneously influence to customer satisfaction. And based on the partial test (t test) it is known that loyalty has an effect on customer satisfaction at Takaful Family Insurance Ro Riau Agency Pekanbaru. The better the quality of services and loyalty, the higher customer satisfaction. High premiums that can increase a customer's interest in using insurance services. Meanwhile, the coefficient of determination test results obtained the value of R square (R^2) of 0.711. This result means that only the contribution of service quality, loyalty and premium to customer satisfaction at Takaful Family Insurance Ro Riau Agency Pekanbaru amount 71.1%. While the remaining 29.9% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords : Service Quality, Loyalty, Premiums, Customer Satisfaction

ملخص

سيسمانيار: 2020 تأثير جودة الخدمة والولاء والأقساط على رضا العملاء في شركة التأمين للتكافل العائلي بوكالة المكتب التمثيلي رياو بيكانبارو.

لا يزال مستوى الوعي من قبل شعب الإندونيسيين بالتأمين منخفضاً. يمكن ملاحظة ذلك من حملة الوثائق للتأمين في إندونيسيا الذين لا يزالون يمثلون 1.7% من مجموع سكان هذا البلد. وقد أدى ذلك إلى تطوير صناعة التأمين في إندونيسيا، وخاصة بالتأمين الشرعي، فإن تطوره لم يكن مهماً للغاية، وعلى الرغم أننا نعلم أن إمكانات السوق لتطوير صناعة التأمين المتوافقة مع الشريعة في إندونيسيا كبيرة جداً، بالنظر إلى أن غالبية سكان إندونيسيا مسلمون.

نوع هذه الدراسة المستخدمة هو الدراسة الوصفية الكمية. وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج البحث الكمي الترابطي الذي يقوم بتحليل وإثبات تأثير جودة الخدمة والولاء والأقساط على رضا العملاء في شركة التأمين للتكافل العائلي بوكالة المكتب التمثيلي رياو بيكانبارو. بلغت العينة في هذه الدراسة إلى 85 عميلاً من عائلة التكافل العائلي بوكالة المكتب التمثيلي رياو بيكانبارو بمعدل خطأ 10%. تنقسم مصادر البيانات إلى قسمين، وهما البيانات الأولية والبيانات الثانوية. ومن طرق جمع البيانات المستخدمة هي، الاستبيانات والتوثيق والمقابلات والملاحظات. أظهرت النتائج أن وفقاً لنتائج اختبار الانحدار الخطي المتعدد تم الحصول على المعادلة $Y = 3.934 + 0.199X_1 + 0.078X_2 + 0.368X_3$ ثم من نتائج الاختبار المتزامن الاختبار F، من المعروف أن متغيرات جودة الخدمة والولاء والأقساط تؤثر في وقت واحد على رضا العملاء. ومن المعروف أيضاً أن جودة الخدمة والولاء والمتغيرات المتميزة تؤثر في نفس الوقت على رضا العملاء. واستناداً إلى الاختبار الجزئي (اختبار t)، من المعروف أن الولاء له تأثير على رضا العملاء في شركة التأمين للتكافل العائلي بوكالة المكتب التمثيلي رياو بيكانبارو. كلما كانت جودة الخدمة والولاء أفضل، وكلما زاد الرضا من قبل العملاء. أقساط عالية يمكن أن تزيد من اهتمام العميل باستخدام خدمات التأمين. وفي نفس الوقت، حصل معامل تحديد نتائج الاختبار على قيمة $R^2 = 0.711$. هذه النتيجة تعني أن مساهمة جودة الخدمة والولاء والأقساط على رضا العملاء في شركة التأمين للتكافل العائلي بوكالة المكتب التمثيلي رياو بيكانبارو بلغت إلى 71.1% بينما تم تفسير نسبة 29.9% المتبقية من خلال متغيرات أخرى لم يتم فحصها في هذه الدراسة. الكلمات الرئيسية: جودة الخدمة، الولاء، القسط للتأمين أو (قسط التأمين)، رضا العملاء.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap orang dalam hidupnya selalu dihadapkan pada peristiwa yang tidak terduga, yang dapat menimbulkan kerugian baik bagi perorangan maupun perusahaan, sehingga banyak orang ingin menghindarkan diri dari risiko tersebut dengan alasan agar dapat hidup aman dan tentram. Risiko yang datang kepada seseorang tidak dapat dihindarkan, sehingga peluang risiko menjadi suatu kemungkinan yang bisa terjadi secara tidak terduga dan tidak diinginkan.¹

Usaha dan upaya manusia untuk menghindari risiko dilakukan dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain, maka pilihan yang paling tepat terdapat pada institusi yang bernama asuransi, baik asuransi konvensional maupun asuransi syariah. Kebutuhan akan jasa asuransi kini semakin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha.

Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat rendah. Ini terlihat dari pemegang polis di Indonesia yang masih 1,7% dari total jumlah penduduk negeri ini.² Hal ini menyebabkan perkembangan industri asuransi di Indonesia, khususnya asuransi syariah belum begitu signifikan. Padahal kita tahu bahwa potensi pasar industri

¹ Soeismo Djojosoedarso, *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), h. 2.

² Swa.co.id, *Hari Asuransi 2017, Bumikan Kesadaran Berasuransi*, <http://swa.co.id/swa/trends/marketing>, diakses tanggal 26 Oktober 2020.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Hassanudin Kasim Riau

asuransi syariah untuk berkembang di Indonesia sangat besar, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam.³

Meskipun peluang asuransi syariah cukup menjanjikan, perusahaan asuransi syariah harus menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk memenangkan persaingan, baik persaingan sesama asuransi syariah, maupun dengan asuransi konvensional. Selain itu, guna untuk meningkatkan pertumbuhan jumlah pemegang polis asuransi syariah, perusahaan juga perlu untuk menciptakan kepuasan nasabah, dimana barang dan jasa bersaing dalam satu pasar yang beragam. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja anggapan produk. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, konsumen kecewa. Jika memenuhi harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas.⁴

Asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau tabarru yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.

Asuransi Syariah merupakan salah satu bisnis yang tidak terlepas dari persaingan. Persaingan ketat yang dihadapi oleh masing-masing lembaga memaksa pihak manajemen untuk merancang strategi agar nasabah tetap loyal. Karena itu pada asuransi syariah diperlukan adanya kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas para pemegang polis.

³ Alvernia Kurniatha, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Seseorang dalam Berasuransi dan Peluangnya Untuk Memilih Asuransi Syariah*, Tesis Universitas Indonesia Ekonomi dan Keuangan Syariah 2007, h. 45.

⁴ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 190.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kondisi seperti ini dapat dimaknai bahwa asuransi syariah tidak dapat hanya bertahan dan menggunakan pendekatan serta mempertahankan nasabah yang ada dengan memanfaatkan sentimen emosional saja karena alasan agama. Asuransi syariah harus dapat mencari solusi tepat dalam bertahan dan menarik pelanggan⁵.

Perusahaan asuransi syariah sudah berkembang dengan pesat meskipun tidak terlalu banyak yang dikenal seperti perbankan syariah. Perbedaan dari asuransi syariah dan asuransi konvensional mungkin tidak terlalu terlihat tetapi pada dasarnya perbedaan tersebut terletak pada perjanjian transaksinya.

Terdapat perbedaan antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional dari operasionalnya. Dalam asuransi syariah, peserta akan mengikatkan diri dalam suatu komunitas dan mereka akan saling menanggung apabila terdapat musibah. Sementara itu, asuransi konvensional, nasabah membeli perlindungan dari perusahaan asuransi untuk mendapat perlindungan apabila musibah terjadi. Produk keuangan yang menjadi tren kedepan adalah produk syariah sehingga banyak pemilik modal yang berinvestasi pada produk keuangan ini. Di Indonesia produk syariah sudah menjamur karena masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim berminat memiliki produk keuangan syariah.

Keberadaan asuransi syariah selain karena tuntutan pasar juga karena kebutuhan suatu produk yang komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah.

Kondisi ini menunjukkan bahwa selain karena orientasi bisnis, asuransi

⁵Wuryanti Koentjoro. *Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Yang Syar'i Pemegang Polis Asuransi Syariah*. Ekobis, Jurnal Ekonomi Vol.10, No.2, 375-385, 2009). Semarang : Progam Sarjana Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

syariah juga berorientasi pada syi'ar Islam. Hal inilah yang menjadikan asuransi syariah dituntut lebih efektif dan inovatif terhadap berbagai perkembangan di dalam kehidupan masyarakat.

Bagi perusahaan yang bergerak pada bidang jasa seperti asuransi, pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu hal yang penting. Hal ini disebabkan karena Sumber Daya Manusia merupakan tulang punggung dalam menggerakkan operasional perusahaan. Manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat⁶. Ketersediaan SDM haruslah disiapkan sebaik mungkin, sehingga mereka mampu menjalankan setiap transaksi perusahaan dengan baik. Hal ini penting mengingat faktor pelayanan yang diberikan oleh para karyawan merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan suatu perusahaan jasa.

Faktor pelayanan nasabah memang salah satu ujung tombak perusahaan dalam menjual produknya. Banyak tidaknya jumlah nasabah serta volume pembelian nasabah sangat besar pengaruhnya dari cara melayani nasabah tersebut, sekalipun perusahaan telah melakukan promosi besar-besaran atau telah melakukan peningkatan kualitas produk yang ditawarkan, namun tanpa didukung oleh pelayanan yang baik, jangan harap dapat memperoleh hasil yang diinginkan dan tepat sasaran.

⁶ Hasibuan. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi revisi* cet. 13 (Jakarta: PT Bumi Aksara: 2009), hlm. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bahwa ujung tombak sebuah perusahaan itu berada pada tenaga kerja (SDM), *“you can confiscate the factories, and burn the buildings, but leave me the employees and I will rebuild my empire”* yang berarti pabrik boleh disita, gedung-gedung boleh terbakar, selagi ada tenaga kerja, kerajaan bisnis bisa didirikan kembali⁷.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dalam menumbuhkan perusahaan agar tetap eksis.

Dalam Al-Qur'an hubungan konsumen dengan produsen tidak hanya sebatas mitra, tetapi juga sebagai saudara yang harus dilayani dengan baik diantara keduanya. Islam mengajarkan, segala sesuatu harus memiliki manajemen yang baik, benar, rapi dan teratur, tidak asal-asalan. Seperti sebuah lembaga akan berjalan dengan baik jika dikelola dengan baik, maka organisasi apapun akan senantiasa membutuhkan manajemen yang baik. Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Thabrani yang berbunyi

إِذَا يُحِبُّ تَعَالَى اللَّهُ إِنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: قَالَتْ عَنْهَا اللَّهُ رَضِيَ عَائِشَةُ عَنْ (والبيهقي الطبرني رواه) يُثَقِّهُ أَنْ عَمَلًا أَحَدُكُمْ عَمِلَ

Dari Aisyah r.a, sesungguhnya Rasulullah S.a.w bersabda: *“Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila bekerja, mengerjakan secara profesional”* (HR. Thabrani no.891, Baihaqi 334)

⁷ Weston, Fred. J dan Thomas, E Copeland. “Principles of Managerial Finance. International Edition. 10th Edition, (Boston: Pearson Education, 2008), hlm. 101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan saling berkaitan erat. Kualitas memperhatikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah sesuai dengan yang diharapkan.

Kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan nasabah, PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency Perusahaan asuransi 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.

PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru memiliki ketentuan-ketentuan umum dalam hal pelayanan peserta. Ketentuan-ketentuan tersebut adalah :

1. Menjaga penampilan diri yang terbagi dalam tiga ketentuan, yaitu; ketentuan umum, ketentuan bagi karyawan pria, dan ketentuan bagi karyawan wanita;
2. Persiapan kantor lingkungan kerja seperti: jam kerja layanan, kondisi ruangan, dan kondisi perangkat kerja serta alat tulis kantor yang sudah disiapkan;
3. Kemampuan berkomunikasi, yang terbagi dari: pelayanan calon peserta datang, penjelasan produk, penjelasan klaim individu, untuk informasi polis, dan pelayanan peserta melalui telepon. Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency ini juga terdapat ketentuan pelayanan di kantor layanan, yang terdiri dari: jadwal penerimaan berkas aplikasi asli & via email, jadwal penerimaan berkas klaim asli & via email, ketentuan email di kantor layanan, ketentuan pengiriman berkas dokumen dari RO ke kantor layanan dan dari RO ke kantor pusat.⁸

Disamping pelayanan yang sudah diberikan oleh pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru ini, ternyata masih ada

⁸ PT. Asuransi Takaful Keluarga, *Buku Panduan dan Layanan Representative Office* (Jakarta: PT. Asuransi Takaful Keluarga, 2014) hlm 20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

komplain dari beberapa nasabah atas pelayanan yang mereka terima.

Komplain tersebut diantaranya adalah :

1. Mengenai surat-menyurat, informasi-informasi dari pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru kepada para nasabah biasanya disampaikan melalui surat. Akan tetapi, terkadang ada beberapa surat informasi yang tidak sampai kepada nasabah. Maka pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency menggantinya dengan sms atau email.
2. Mengenai layanan dari bagian teknologi (*SMS System*). Biasanya setiap nasabah yang telah melakukan pembayaran akan mendapatkan SMS konfirmasi dari pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru yang menandakan bahwa nasabah tersebut telah melakukan pembayarannya. Namun, terkadang sistem tersebut mengalami gangguan tertentu yang mengakibatkan SMS konfirmasi tidak sampai kepada nasabah. Oleh karena itu, nasabah merasa kurang puas dan mengajukan komplain kepada pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru.

Loyalitas nasabah terhadap produk PT. Asuransi Takaful Keluarga Ro Riau akan mengarahkan nasabah untuk tetap menggunakan satu merek dan melakukan pembelian ulang di masa mendatang. Agen penjualan diharuskan untuk mampumengarahkan nasabah dalam memilih produk sehingga tarif premi yang dibayarkan oleh nasabah sesuai dengan kemampuannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manfaat yang tidak sesuai dengan tarif premi yang dibayarkan nasabah akan berujung pada meningkatnya jumlah nasabah yang menutup polis dikarenakan oleh ketidakmampuan nasabah dalam membayar sejumlah uang untuk produk asuransi yang dipilihnya. Terjadinya peningkatan dalam penutupan polis oleh nasabah menunjukkan adanya ketidakpuasan nasabah. Ketidakpuasan nasabah diakibatkan oleh adanya perbedaan ekspektasi nasabah dengan kinerja produk yang telah dibeli. Pelanggan yang puas dengan suatu merek maupun pelayanan yang diperoleh dan kemudian memutuskan untuk melanjutkan hubungannya dengan perusahaan tersebut akan membentuk loyalitas nasabah.

Premi merupakan sejumlah uang yang bertanggung berikan kepada pihak penanggung sebagai jaminan risiko yang ditanggung oleh penanggung untuk risiko tertentu, pada tempat tertentu dan untuk jangka waktu yang tertentu pula. Besarnya jumlah premi yang harus dibayarkan dapat disesuaikan dengan nilai pertanggungan yang dikehendaki oleh pihak tertanggung.

Penelitian oleh Nursalim menyatakan harga atau tarif premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa asuransi AJB Bumiputera 1912 Cabang Purwokerejo⁹. Adisaputro, dkk dalam penelitiannya menyatakan besarnya pengaruh premi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 8,1 persen yang berarti semakin sesuai tarif premi asuransi yang ditawarkan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Tingginya

⁹ Rochmat Nursalim "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa Asuransi Ajb Bumiputera 1912 Kantor Cabang Purworejo" Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.10 No.1.a Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo Jl. KHA. Dahlan 3 Purworejo, Jawa Tengah, 54111

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tingkat kepuasan nasabah akan menimbulkan pembelian berulang yang berujung pada loyalitas nasabah¹⁰.

PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru tidak menggunakan target jumlah polis tetapi menggunakan target jumlah premi.

Berdasarkan hasil pra survey pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah dari tahun 2015-2019 pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah dan Pendapatan
Premi dari Tahun 2015 s/d 2019

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Premi
1	2015	213	Rp. 691.000.000
2	2016	164	Rp. 651.000.000
3	2017	63	Rp. 155.990.000
4	2018	56	Rp. 231.721.500
5	2019	82	Rp. 101.815.500
	Jumlah	578	Rp. 1.831.527.000

Sumber: PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru 2015 s/d 2019

Dari tabel 1.1 dapat terlihat bahwa PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru dari tahun 2015–2018 mengalami penurunan jumlah nasabah, akan tetapi mengalami peningkatan pada jumlah pendapatan premi yang diperoleh dari nasabah dari tahun 2017-2018 dan mengalami penurunan dari tahun 2017 ke 2018. Terjadinya kenaikan jumlah nasabah dari tahun 2018-2019 meskipun jumlah preminya menurun, salah satunya bisa disebabkan oleh kemampuan agen. Agen baru bisa menembus *market* yang

¹⁰ Aristyo Adisaputro dkk, Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan (Studi Kasus pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang) The Effect of insurance premiums and Service Quality Toward Customer Satisfaction Of Insurance (Case Study of Bumiputera 1912 Life Insurance Executive Branch Semarang) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

rendah (kecil). Sedangkan untuk tahun 2019 agen sudah bisa mencapai *market* yang tinggi (besar). Penulis menduga penyebab terjadinya penurunan jumlah nasabah tersebut, kemungkinan berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan premi yang diberikan kepada nasabah.

Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui penciptaan pelayanan yang berkualitas tinggi dalam hal kenyataan, janji, perhatian, empati, dan jaminan. Jika kepuasan nasabah tinggi, maka nasabahnya cenderung memberikan loyalitas yang tinggi kepada perusahaan. Sebaliknya, jika nasabah merasakan pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan maka akan menimbulkan kekecewaan atau ketidakpuasan yang dapat mengakibatkan nasabah meninggalkan perusahaan.

Kepuasan nasabah penting untuk diukur, agar perusahaan dalam hal ini asuransi dapat mengetahui atribut apa dari suatu produk yang dapat memuaskan nasabah. Misalnya seorang nasabah merasa puas setelah menerima pembayaran klaim dari perusahaan asuransi, dikarenakan proses pencairan dananya cepat, bahkan lebih cepat dari yang dia harapkan. Pengetahuan tentang persepsi nasabah akan membantu asuransi memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabahnya, sehingga nasabah merasa puas dan dapat memberikan loyalitas yang tinggi kepada asuransi.

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya¹¹. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang

¹¹ Oliver, R.L. A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*: Vol. 17, No. 4 (Nov., 1980), pp. 460-469. Hlm 17.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka nasabahakan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, nasabah akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas. Harapan nasabah dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. nasabah yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Sebagai perusahaan asuransi syariah, Takaful Keluarga beroperasi dengan konsep tolong-menolong, sebagaimana telah digariskan di dalam Al Qur-an,

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ

Artinya: “Dan tolong menolonglah kamu dalam kebaikan dan taqwa” (QS. Al Maidah: 2).

Dengan landasan ini, Takaful Keluarga menjadikan semua peserta sebagai satu keluarga besar yang akan saling melindungi dan bersama-sama menanggung resiko keuangan dari musibah yang mungkin terjadi di antara mereka.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Ariff Syah Juhari dkk, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa empat dari enam dimensi kualitas layanan (*tangible, responsiveness, fairness, dan reliability*) berpengaruh positif terhadap terhadap kepuasan pelanggan yang selanjutnya mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara empat dari enam dimensi kualitas layanan (*tangible,*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

responsiveness, fairness, and reliability) dan loyalitas pelanggan. Hanya dua dimensi kualitas layanan (jaminan dan empati) yang tidak berhubungan signifikan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan¹². Hanya saja pada penelitian tersebut tidak ada variabel yang berhubungan dengan premi. Sehingga terdapat perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan, penulis menambahkan variabel premi. karena dalam sektor dunia asuransi banyak hal yang mempengaruhi kepuasan nasabah selain enam dimensi kualitas layanan (*tangible, responsiveness, fairness, dan reliability*) yang mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan adalah salah satunya premi. Karena semakin premi terjangkau oleh masyarakat baik itu masyarakat yang sudah bergabung menjadi peserta atau yang belum menjadi peserta akan loyal dan akan membantu menginformasikan tentang kepuasan menjadi peserta Arunasi.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka peneliti dan mendorong penulis untuk mengajukan penulisan Tesis dengan judul :**“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru”**.

B. Definisi Istilah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan untuk menghindari kesalahpahaman dalam pembahasan, perlu dibuat definisi istilah:

¹²Dr.Ariff Syah Juhari dkk, *Service Quality and Customer Loyalty in Malaysia Islamic Insurance Sector Exploring the mediating effects of Customer Satisfaction*, International Journal Of Academic Research in Business and Social Sciences March 2016, Vol.6, No.3 ISSN:2222-6990

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang/benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan¹³.

2. Kualitas Pelayanan

Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkatan keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen¹⁴.

3. Premi

Premi dalam konsep asuransi konvensional merupakan pembayaran sejumlah uang yang dilakukan oleh pihak tertanggung kepada penanggung untuk mengganti suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan akibat timbulnya perjanjian atas pemindahan risiko dari tertanggung kepada penanggung (*transfer of risk*)¹⁵.

4. Kepuasan Nasabah

Kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja) dengan kinerja produk/jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya¹⁶.

5. Asuransi Takaful

Takaful dalam pengertian Muamalah saling memikul resiko diantara sesama orang sehingga, antara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas resiko lainnya. Selain pikul resiko ini dilakukan atas

¹³Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hlm.747

¹⁴Bilson Simamora, *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan porofitabel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 2003 hlm 180

¹⁵Abdullah Amrin, *Meraih Berkah melalui Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Ekex Media Komputindo, 2011) hlm 108

¹⁶Philip Kotler. *Marketing Manajemen*. (New Jersey: Prentice Hall.2000).hlm.195

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dasar saling tolong menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana tabaru, (dana ibadah, sumbangan, derma) yang ditujukan untuk menanggung resiko¹⁷.

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Terjadinya penurunan jumlah nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru.
- b. Strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah.
- c. Kebijakan perusahaan untuk mengatasi kelemahan dan meningkatkan keunggulan perusahaan sehingga menjadi sebuah titik tolak yang kuat untuk mempertahankan pelayanan dan meningkatkan loyalitas .
- d. Pengaruh nilai premi dalam meningkatkan jumlah nasabah.

2. Batasan Masalah

Untuk mendapatkan penjelasan yang lebih lengkap dan mendalam tentang inti permasalahan ini maka pembahasan dalam tulisan ini difokuskan kepada **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Premi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru”**.

¹⁷ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life And General) Konsep dan system operasional*, (Gema Insani, Jakarta:2004) hlm.33

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?
- b. Apakah Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?
- c. Apakah premi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?
- d. Apakah kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Premi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?

4. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan :

- 1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?
- 2) Untuk mengetahui Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Untuk mengetahui premi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?
- 4) Untuk mengetahui kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Premi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?

b. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang cukup signifikan sebagai masukan pengetahuan atau literatur ilmiah yang dapat dijadikan bahan kajian bagi para peneliti yang sedang mempelajari Asuransi Syariah.
2. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Asuransi Syariah terkhusus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis, dengan penelitian ini semoga menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perkembangan asuransi syariah yang ada di Indonesia.
2. Bagi Pasca Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran bagi akademis sebagai bahan informasi penelitian selanjutnya dan sumber informasi untuk pihak-pihak yang berkepentingan.
3. Bagi perusahaan, semoga dapat memberikan sumbangan pikiran dan informasi bagi lembaga asuransi yang berkepentingan mengenai saran dan temuan yang berkaitan dengan kepuasan nasabah yang berguna untuk kemajuan Asuransi Takaful Keluarga di masa yang akan datang.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penulis berharap dengan selesainya penelitian ini, dapat menjadi bahan acuan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut bagi pihak yang berminat terhadap masalah yang sama.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Marketing

Marketing merupakan salah satu kunci keberhasilan bagi suatu perusahaan, dimana marketing bukan hanya prinsip mengenai bagaimana untuk menjual saja, tetapi bagaimana memberikan kepuasan kepada konsumen, agar mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka kita dapat melihat pentingnya fungsi marketing, sehingga marketing perlu mendapatkan perhatian khusus.

Kata marketing berasal dari kata market yang berarti pasar. Pasar adalah tempat orang melakukan pertukaran, dikarenakan adanya demand yang didukung dengan daya beli, dan juga adanya needs and wants yang berbeda-beda. Marketing sendiri berarti memasarkan, yaitu upaya seorang manusia dalam mendapatkan apa yang diinginkan oleh orang lain. Dalam konteks perusahaan, marketing secara hanafiah dapat diartikan sebagai upaya perusahaan mendapatkan keuntungan, kepuasan konsumen, atau loyalitas konsumen dengan cara memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen. Berikut ini adalah beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian marketing:

Marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others¹⁸.

¹⁸ Kotler, Philip Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.2006. Hlm.6

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Stanton marketing *A total system of business activities to plan, price, promote, and distribute, want – satisfying products to target markets in order to achieve organizational objectives*¹⁹.

Menurut Kotler, merupakan sebuah proses social yang melibatkan individu maupun kelompok, untuk memenuhi apa yang mereka butuhkan (*wants*), lewat adanya suatu pertukaran nilai dengan yang lain.

Sedangkan statnton, menyatakan bahwa marketing adalah sebuah aktivitas bisnis yang didalamnya terkandung unsur perencanaan, distribusi, promosi, distribusi produk-produk pemuas kebutuhan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Tinjauan ekonomi, istilah pemasaran menurut Saladin merupakan aktivitas penjualan suatu produk atau jasa yang dapat diterima atau dibeli oleh pembeli karena produk atau jasa tersebut bermanfaat bagi pembeli dan menguntungkan bagi penjual. Dikatakan bahwa pemasaran melibatkan dua unsur yang berkenaan, yaitu adanya permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Dasar ini mengacu pada teori permintaan dan penawaran.

Teori permintaan dan penawaran menurut Douglas dalam Saladin yaitu bahwa permintaan meningkat apabila produksi kurang dan penawaran meningkat apabila produksi banyak atau berlimpah. Dasar inilah yang menjadi acuan terjadinya transaksi dalam kegiatan pemasaran²⁰.

Dibuktikan dari banyaknya definisi pemasaran menurut para ahli yang berbeda-beda, baik dari segi konseptual maupun dari persepsi atau

¹⁹Stanton, William J., Michel J. Etzel, and Bruce J. Walker.. 13th edition. Marketing. New York: Macmilan Publishing, 2004.6

²⁰ Raisza Makis, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar*, (Makassar: tidak diteritkan, 2001), Hlm. 5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

penafsiran, namun semuanya bergantung dari sudut mana tinjauan pemasaran tersebut, akan tetapi pada akhirnya mempunyai tujuan yang sama. Umumnya para ahli pemasaran berpendapat bahwa kegiatan pemasaran tidak hanya bertujuan bagaimana menjual barang dan jasa atau memindahkan hak milik dari produsen ke pelanggan akhir, akan tetapi pemasaran merupakan suatu usaha terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada usaha bagaimana memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan.

1. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan yaitu suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apayang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yangsebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yangberulang-ulang.²¹

Pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain.²² Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari perusahaan saingan. Jika masyarakat simpati, akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk/jasa akan lebih lancar. Pelayanan juga merupakan daya tarik bagi calon

²¹Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 29.

²²Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 26.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nasabah untuk menjadi nasabah, serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar sesama perusahaan.

Menurut Tjiptono dan Chandra, keunggulan layanan dibentuk melalui pengintegrasian empat pilar yang saling berkaitan erat yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Prioritas utama yang perlu diperhatikan dalam menilai pentingnya pelayanan suatu perusahaan adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi konsumen.

Karena itu pihak pemasar harus mengerti dan memahami setiap dimensi sebagai indikator yang dianggap penting dan diharapkan setiap konsumen, sehingga antara kebijakan pelayanan suatu perusahaan dengan keinginan dan harapan konsumen tidak timbul kesenjangan. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.²³ Konsep orientasi pelayanan lebih menekankan pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan pada sebuah organisasi.²⁴

Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang benar-

²³ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), hlm. 10.

²⁴ Fandy dan Tjiptono, *Service Citra Wisata dan Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 39.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.²⁵

Kepuasan ataupun ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan tak terlepas dari faktor manusia yang menyampaikan atau memberikan pelayanan tersebut. Karyawan yang puas biasanya akan bekerja lebih keras dan lebih baik dibanding dengan karyawan yang frustrasi. Oleh karena itu, faktor manusia dibalik keberhasilan atau kegagalan dalam menyampaikan pelayanan tidak dapat tidak harus diperhatikan. Mengingat pentingnya aspek mutu pelayanan bagi kepuasan konsumen dan karyawan dan pengaruhnya bagi aspek keberlangsungan suatu organisasi, maka pengukuran hubungan antara kepuasan pelanggan yang mendukung pendapatan, pertumbuhan, dan keuntungan suatu perusahaan dengan kepuasan pegawainya sangat diperlukan.

Layanan konsumen pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan konsumen meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk layanan pra transaksi, saat transaksi, dan pasca transaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi karena itu kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen

²⁵ Lupiyoadi dan Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 181.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas tinggi. Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.²⁶

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan, di antaranya:

- 1) Manusia yang memberikan pelayanan harus berkemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat. Di samping itu, juga harus berkemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah dan bertanggung jawab penuh terhadap pelanggannya.
- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Prasarana dan sarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini dan juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas.²⁷

b. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang

²⁶Sri Suratno F.G. dan Nursya Bani Purnama, *Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua, Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, (Yogyakarta, 2004), hlm. 69-87.

²⁷Kasim, *Etika Customer Service*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempengaruhi pelayanan yang baik. Pertama, adalah faktor manusia yang memberi pelayanan tersebut, yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Kedua, pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua faktor tersebut saling menunjang satu sama lainnya²⁸.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah²⁹:

- 1) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
- 2) Mampu melayani secara cepat dan tepat
- 3) Mampu berkomunikasi
- 4) Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- 5) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- 6) Berusaha memahami kebutuhan nasabah
- 7) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Menurut Leonard L. Berry yang dikutip oleh Buchari mengemukakan ada 3 karakteristik jasa yaitu³⁰:

- 1) Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (*more intangible than tangible*).

²⁸Kasmir, *Op.Cit* hlm 33

²⁹*Ibid* hlm.39

³⁰Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian*, (Bandung: Alfabeth, 2011) Hlm 244

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Produksi dan komunikasi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*).
- 3) Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standarized and uniform*).

Sikap adalah suatu keadaan pikiran yang dipengaruhi oleh kecenderungan perasaan, pikiran, dan tindakan. Sikap yang disampaikan biasanya akan sama dengan sikap yang akan diterima.

Ada 5 acuan dalam pelayanan menurut Nina Rahmayanty yaitu sebagai berikut³¹:

- 1) *Clean* : Bersih dalam pakaian dan penampilan
- 2) *Careful* : Perhatian
- 3) *Charming* : Mempesona atau simpatik
- 4) *Cheer* : Menyambut dengan gembira, baik
- 5) *Chummy* : Akrab

c. Pelayanan Berkualitas

Kualitas didefinisikan sebagai aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat diubah.³²

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan.³³ Sebagai suatu kemutlakan bagi setiap perusahaan

³¹Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*. (Yogyakarta: Garaha Ilmu, 2010) hlm 119

³²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Premium* (Jakarta: Prenhal Indo, 2002), hlm.

³³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 52.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam memasuki kancah persaingan yang semakin kompetitif, konsumen harus dipuaskan, di mana kepuasan konsumen akan tercipta manakala keinginan dan harapannya dapat diwujudkan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan yang maksimal, merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan tersebut. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.³⁴ Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Agar nasabah merasa puas, sikap karyawan dalam melayani nasabah harus diatur sedemikian rupa. Beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani adalah sebagai berikut:

- 1) Beri kesempatan nasabah untuk berbicara. Artinya karyawan memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan segala keinginannya terlebih dahulu. Dalam hal ini, karyawan harus menyimak setiap pembicaraan yang dikemukakan nasabah dan juga harus berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- 2) Dengarkan baik-baik pada saat nasabah mengemukakan pendapatnya, karyawan jangan membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah. Hendaknya karyawan mendengar dengan penuh perhatian sehingga nasabah merasa senang.

³⁴ Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Strategi Bersaing Dalam Service Driven-Economic* (Yogyakarta: Andy, 2007), hlm. 182.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara.
- 4) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara.
- 5) Jangan marah dan mudah tersinggung.
- 6) Jangan mendebat masalah.
- 7) Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang.
- 8) Jangan menangani pekerjaan yang bukan merupakan pekerjaannya.
- 9) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.³⁵

Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan.³⁶

Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.³⁷

Dimensi dasar dari kualitas ada tujuh, yaitu:

- 1) Kinerja yaitu tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.
- 2) Interaksi pegawai yaitu seperti keramahan, sikap hormat, dan empati ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa atau barang.
- 3) Keandalan yaitu konsistensi kinerja barang, jasa dan toko.
- 4) Daya tahan yaitu rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.

³⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 69.

³⁶ Nanang Tasunar, *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodema* (t.t.p.: Jurnal Sains, Pemasaran Indonesia, 2006), hlm. 41.

³⁷ Sunarto, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta dan Ngeksigondo Utama, 2003), hlm. 244.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Ketetapan waktu dan kenyamanan yaitu seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan.
- 6) Estetika yaitu lebih pada penampilan fisik barang atau toko dan daya tarik penyajian jasa.
- 7) Kesadaran akan merek yaitu dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama toko atas evaluasi pelanggan.³⁸

Berikut ada lima kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- 2) *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya
- 3) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- 5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.³⁹

d. Pandangan Islam Tentang Pelayanan

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Alquran surat *Al-Baqarah* ayat 267, yang menyatakan bahwa:

³⁸ *Ibid.*, hlm. 246.

³⁹ Lupiyoadi dan Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm. 76.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢١٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”⁴⁰

Ada enam karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:

- 1) Jujur, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji. Hal ini sesuai dengan Alquran Surat Asy-Syu'ara': 181-183.

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ ﴿١٨٢﴾ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٣﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٤﴾ ﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”⁴¹

- 2) Bertanggung jawab dan terpercaya yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.

⁴⁰Departemen Agama RI, Al-Qur'an Terjemah hlm. 45.

⁴¹Departemen Agama RI, Al-Qur'an Terjemah hlm. 374.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Tidak menipu yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah Saw adalah tidak pernah menipu.
- 4) Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalumenepati janji baik kepada para pembeli maupun di antara sesama pebisnis.
- 5) Melayani dengan rendah hati yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murahsenyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
- 6) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidakboleh terlalu menyibukkan diri semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat.⁴²

Islam memberi perhatian yang tinggi dan memuliakan pedagang yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal. Berikut prinsip-prinsip pelayanan prima dalam Islam antara lain:

- 1) Melayani itu ibadah sehingga harus ada cinta dan ikhlas dalam hati.
- 2) Ketika melayani seseorang.
- 3) Memberi dahulu dan anda akan menerima;
- 4) Mengerti orang lain dahulu sebelum dimengerti orang lain;
- 5) Bahagiakan orang lain terlebih dahulu, kelak anda akan menerima kebahagiaan melebihi dari apa yang anda harapkan;
- 6) Menghargai orang lain sebagaimana anda ingin dihargai.
- 7) Berilah empati yang sangat dalam dan tumbuhkan sinergi.

⁴²Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 153.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Konsep Pelayanan dalam Islam

Islam dalam mengatur hubungan antar manusia mengajarkan beberapa prinsip, yaitu:

- 1) Persamaan (*musawah*)
- 2) Persaudaraan (*ukhuwah*)
- 3) Cinta kasih (*muhabbah*)
- 4) Damai (*silm*)
- 5) Tolong menolong (*ta'awun*)
- 6) Toleransi (*tasamuh*)⁴³

Dari beberapa prinsip di atas dapat diketahui dengan jelas bahwasanya hakikat manusia itu adalah sama, tidak ada yang lebih tinggi/rendah derajatnya melainkan keinginannya, dan sesungguhnya seorang muslim itu bersaudara dengan muslim lainnya,⁴⁴ sebagaimana firman Allah Swt dalam surat Al-Hujurat ayat 10 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

“Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.”⁴⁵

Dari ayat di atas, dapat disimpulkan bahwa antara muslim yang satu dengan yang lain adalah saudara, maka dari itu hendaklah sesama muslim saling tolong menolong menyebarkan kedamaian, bertoleransi, dan menebarkan cinta kasih sesama muslim.

Terlepas dari surat Al-Hujurat ayat 10, surat An-Nisa’ ayat 8 dapat juga dijadikan dasar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

⁴³ Mochtar Effendy, *Manajemen*, (Jakarta: Bharatara, 1996), hlm. 185.

⁴⁴ Mochtar Effendy, *Manajemen Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam* (Jakarta: Bharata Karya Aksara, 1986), hlm. 185.

⁴⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah*, hlm. 516.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam sebuah industri di bidang produk atau jasa, seorang pemasar hendaklah memberi pelayanan yang sebaik-baiknya kepada para konsumen dengan bersikap ramah, bertutur kata yang baik dan sopan, memperhatikan dengan betul apa yang dikehendaki oleh konsumen merasa dipuaskan oleh pihak pemasar. Hal ini ditegaskan Allah dalam surat An-Nisa' ayat 8 yang berbunyi:

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَأَرْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوفًا ﴿٨﴾

“Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.”⁴⁶

Etika pelayanan Islami dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Etika untuk selalu menyampaikan yang benar.
- 2) Etika untuk selalu dapat dipercaya.
- 3) Etika untuk selalu mengerjakan sesuatu dengan ikhlas.
- 4) Etika persaudaraan.
- 5) Penguasaan ilmu pengetahuan.⁴⁷

f. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan

Setiap perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi beberapa potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas layanan, diantaranya⁴⁸:

⁴⁶ Mochtar Effendy, *Manajemen Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam* (Jakarta: Bharata Karya Aksara, 1986), hlm. 185.

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 78.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan
- 2) Intensitas tenaga kerja yang tinggi
- 3) Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai
- 4) Komunikasi
- 5) Perlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama
- 6) Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan
- 7) Visi bisnis jangka pendek

g. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut parasuraman dalam Fandy Tjiptono, dalam mengevaluasi jasa yang bersifat intangible, konsumen umumnya menggunakan beberapa dimensi sebagai berikut⁴⁹:

- 1) Bukti Langsung (*Tangible*) Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*Reliability*) Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*) Tanggapan yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*) Jaminan yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan.

⁴⁸ Tjiptono, *Op.Cit* hlm 178

⁴⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2004), hlm. 26.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Empati (*Emphaty*), Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan mematuhi peraturan para pelanggan.

2. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian antusias kepada negara, cita-cita, atau individu. Lebih belakangan ini, dalam konteks bisnis, istilah ini telah digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya. Namun, loyalitas ini tidak dapat dipastikan begitu saja.

Loyalitas akan berlanjut hanya sepanjang pelanggan merasakan bahwa ia menerima nilai yang lebih baik (termasuk kualitas yang lebih tinggi dalam kaitannya dengan harga) dibandingkan dengan yang dapat diperoleh dengan beralih ke penyedia jasa lain. Jika perusahaan pertama tersebut melakukan sesuatu yang mengecewakan pelanggan atau jika pesaing mulai menawarkan nilai yang jauh lebih baik, risikonya ialah bahwa pelanggan tersebut akan menyebrang⁵⁰.

Menurut Christina Whidya Utami, Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan untuk berbelanja dilokasi tertentu. Kesetiaan tidak

⁵⁰ Ali Hasan, Marketing Bank Syariah (Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah), cet.1, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2010), Hlm.88

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari konsumen itu sendiri dari pembelian sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan maka proses pembelian terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul adanya kesetiaan⁵¹.

Menurut Karsono, loyalitas adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian produk yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan produk⁵².

Loyalitas nasabah seperti yang telah dikemukakan diatas adalah sikap setia dan bentuk komitmen nasabah terhadap perusahaan dengan tetap menggunakan fasilitas jasa dan membeli produk yang dihasilkan perusahaan.

Ketahanan loyalitas itu sendiri tergantung bagaimana perusahaan memegang kendali mutu/kualitas dan kinerja produk, karenanya loyalitas tidak bersifat permanen. Sangat penting bagi perusahaan untuk tetap mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai sebuah strategi dalam menghadapi persaingan. Heskett, dkk. Menandai pelanggan yang loyal dengan ciri-ciri 3R, Yaitu⁵³:

⁵¹Christina Whidya Utami, Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern, (Jakarta:Salemba Empat,2006),hlm 58

⁵²Karsono, "Peran Mediasi kepuasan pelanggan, citra perusahaan, dan biaya switching dalam pengaruh kualitas pelayanan pada kesetiaan pelanggan", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.6, No.2, 2008, hlm.12

⁵³ Heskett, dkk., *Out In Front: Building High Capability Service Organization*, (Boston:Harvard Business School Press,1997), hlm.59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) *Retention*, yaitu hubungan aktif dan berkesinambungan dengan pelanggan yang menghasilkan revenue hasil penjualan produk atau jasa. Konsumen yang loyal, lebih menghasilkan profit karena lebih mudah dilayani. Pada berbagai jenis industri dan perusahaan jasa menemukan fakta empiris bahwa dibutuhkan biaya minimal lima kali lipat lebih besar untuk mendapatkan pelanggan baru dibandingkan mempertahankan pelanggan lama.
- 2) *Related Sales of New Products and Services*, atau menjual produk atau jasa baru kepada pelanggan lama. Heskett juga menemukan fakta bahwa biaya untuk menawarkan atau menjual produk baru kepada pelanggan lama lebih murah dibandingkan dengan menjual kepada pelanggan baru.
- 3) *Refferals*, yaitu pelanggan merekomendasikan kepada calon pelanggan lain yang potensial. Keuntungan besar dari usaha mempertahankan pelanggan adalah melalui refferals (rekomendasi atau ajakan) oleh pelanggan-pelanggan yang potensial.

Dengan demikian bahwa keuntungan dari nasabah yang loyal dapat menghemat biaya pengeluaran dalam pemasaran produk ataupun jasa.

b. Jenis- Jenis Loyalitas

Untuk mengetahui jenis nasabah dengan tingkat kesetiannya, perusahaan dapat mempelajari jenis loyalitas yang dikemukakan oleh Griffin. Terdapat empat jenis loyalitas yang muncul, bila keterikatan rendah dan tinggi diklarifikasikan silang dengan pola pembelian ulang yang rendah dan tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Empat jenis loyalitas tersebut, adalah⁵⁴:

a. Tanpa Loyalitas

Pelanggan yang tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, secara umum, perusahaan harus menghindari membidik para pembeli jenis ini, karena tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal dan hanya berkontribusi sedikit pada kekuatan keuangan perusahaan.

b. Loyalitas yang lemah

Keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah. Pelanggan ini membeli karena suatu kebiasaan.

c. Loyalitas tersembunyi

Tingkat preferensi yang relative tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi (latent loyalty).

d. Loyalitas premium

Jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Ini merupakan jenis loyalitas yang lebih disukai untuk semua pelanggan di setiap perusahaan.

Untuk menjadi pelanggan yang loyal, seorang nasabah harus melalui beberapa tahapan. Beberapa ahli membagi delapan tahapan loyalitas pelanggan. Secara rinci kedelapan tahapan tersebut, yaitu⁵⁵:

⁵⁴ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Penerjemah Dwi Kartini Yahya, (Jakarta:Erlangga,2005), Hlm.22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. *Suspect*

Meliputi semua orang yang mungkin akan membeli barang/jasa perusahaan. Pada tahap ini konsumen akan membeli tetapi belum mengetahui mengenai perusahaan dan jasa yang ditawarkan.

b. *Prospect*

Orang-orang yang memiliki kebutuhan akan tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini, konsumen belum melakukan pembelian, tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan karena seseorang telah merekomendasikan jasa tersebut kepadanya.

c. *Disqualified Prospect*

Orang yang telah mengetahui keberadaan jasa tertentu, tetapi tidak mempunyai kebutuhan akan jasa tersebut atau tidak mempunyai kemampuan untuk membeli jasa tersebut.

d. *First Time Customer*

Konsumen yang membeli untuk pertama kalinya. Pembeli ini masih menjadi konsumen dari pesaing.

e. *Clients*

Membeli semua jasa yang ditawarkan, yang mereka butuhkan. Konsumen telah membeli secara teratur. Hubungan dengan konsumen ini sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat mereka tidak terpengaruh oleh tarikan pesaing produk lain.

⁵⁵Ratih Hurrita, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, cet.3, (Bandung:Alfabeta, 2010), hlm.140

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. *Advocates*

Membeli seluruh jasa yang ditawarkan dan dibutuhkan serta melakukan secara teratur. Sebagai tambahan, mereka mendorong teman-teman mereka yang lain agar membeli jasa tersebut. Mereka juga membicarakan tentang jasa tersebut.

Perusahaan dapat mempelajari banyak hal dengan menganalisis tingkat kesetiaan: (1) dengan mempelajari konsumennya yang sangat setia, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan produknya, (2) dengan mempelajari konsumen yang kesetiannya terbagi, perusahaan dapat mengetahui merek mana yang paling bersaing dengan mereknya, dan (3) dengan memerhatikan konsumen yang menjauhi mereknya, perusahaan dapat mengetahui kelemahan pemasarannya untuk kemudian berusaha memperbaikinya⁵⁶.

Swastha dalam menyatakan bahwa loyalitas berkembang mengikuti tiga tahap, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Kepuasan dianggap sebagai faktor pendorong munculnya loyalitas afektif, dan konatif. Kepuasan dianggap sebagai faktor pendorong munculnya loyalitas afektif (masih mudah untuk berubah). Namun demikian masih belum menjamin adanya loyalitas, sehingga diperkirakan adanya dimensi konatif dalam munculnya loyalitas. Pada tahap konatif diperlukan adanya rasa percaya, dengan demikian kepuasan tidak cukup menjadikan seorang loyal tanpa disertai rasa percaya⁵⁷.

⁵⁶Philip Kotler.Op.Cit.Hlm.89

⁵⁷Krisna Safoetry Yulianti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rasa Percaya Outlet Pada Perusahaan Untuk Meningkatkan Loyalitas (Studi Kasus Pada Outlet Jamu Ny. Meneer di Semarang)", Jurnal Sains Pemasaran Indoensia, Vol.VI,2007,Hlm.227

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk dapat mengenali pelanggan (nasabah) yang loyal perlu adanya pengukuran. Untuk mengukur loyalitas diperlukan beberapa atribut, yaitu: (1) mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain; (2) merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran; (3) mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama ketika melakukan pembelian jasa; (4) melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan dalam beberapa tahun mendatang⁵⁸.

Pengelolaan loyalitas merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan strategis⁵⁹. Sebuah basis pelanggan loyal yang ada menyediakan keunggulan kompetitif berkelanjutan yang hebat.

1. Basis pelanggan mengurangi biaya pemasaran untuk menjalankan bisnis, sejak pelanggan yang ada biasanya relatif mudah untuk dipertahankan hal yang familier itu menyenangkan dan meyakinkan. Menjaga agar pelanggan yang ada tetap bahagia dan mengurangi motivasi mereka untuk berubah biasanya jauh lebih murah dibandingkan dengan mencobamenjangkau pelanggan baru serta membujuk mereka untuk mencoba merek lain.
2. Loyalitas dari pelanggan yang ada menunjukkan hambatan masuk yang besar bagi kompetitor. Sumber daya yang penting dibutuhkan ketika memasuki pasare dimana pelanggan yang ada harus menarik diri

⁵⁸Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta:Andi,2013), hlm.115

⁵⁹David A.Aaker, *Manajemen Pemasaran Strategis, Terjemahan:David Wijaya, Edisi 8*, (Jakarta:Salemba Empat,2013),Hlm.207-208

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari merek mapan dimana mereka loyal atau bahkan hanya puas dengan merek tersebut.

3. Basis pelanggan yang puas menyediakan citra merek sebagai produk yang telah diterima secara umum, sukses dan tahan lama sehingga akan memasukkan dukungan jasa dan perbaikan produk. Serangkaian pelanggan yang loyal juga menyediakan hal yang menjamin bagi pelanggan lain. Faktanya, pelanggan menemukan kesenangan ketika pelanggan lain telah memilih merek (yang sama).
4. Loyalitas menyediakan waktu untuk merespon gerakan kompetitif loyalitas merek memberikan beberapa ruang gerak bagi perusahaan. Jika kompetitor mengembangkan produk yang lebih baik, pengikut setia akan merelakan waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk merespon dengan menyesuaikan atau menetralkan penawaran⁶⁰.

Keberadaan pelanggan yang loyal pada perusahaan sangat dibutuhkan agar perusahaan dapat bertahan hidup; dan upaya mempertahankan ini sering menjadi strategi yang jauh lebih efektif ketimbang upaya menarik pelanggan-pelanggan baru⁶¹.

Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, perusahaan tidak hanya mengandalkan nilai dan merek, seperti yang diterapkan pada pemasaran konvensional. Pada masa sekarang diperlukan perlakuan yang lebih atau disebut kebutuhan unik (unique need), perbedaan kebutuhan antara satu

⁶⁰David A.Aaker, *Op.Cit.* hlm. 206-207

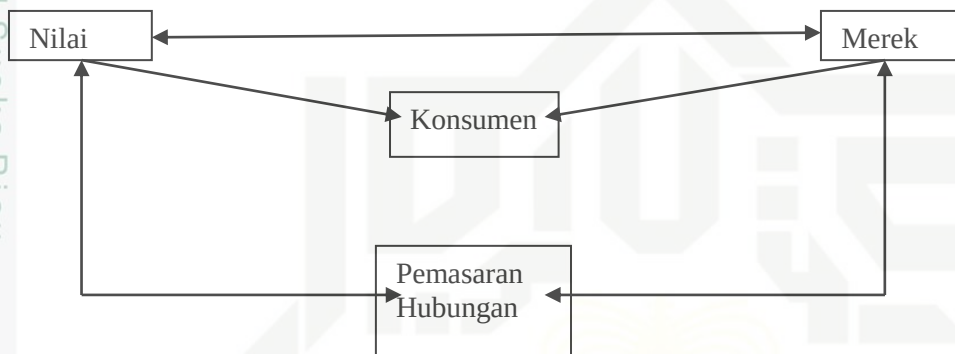
⁶¹J.Paul Peter & Jerry C.Olson, *Consumer Behavior and Marketing Strategy; perilaku konsumen Dan Startegi Pemasaran*, Terjemahan :Diah Tantri Dwiandani, Edisi 4, Jilid 2, Cet.1, (Jakarta; Erlangga,2000),hlm.161

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelanggan dengan pelanggan lainnya. Untuk itu peranan pemasaran hubungan sangat diperlukan. Pada Bagan 1.1 terdapat tiga pilar loyalitas pelanggan era pemasaran hubungan yang memfokuskan konsumen ditengah pusaran⁶².

**Bagan 2.1
Tiga Pilar Loyalitas**



Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan, tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui bahwa loyalitas pelanggan dapat dibentuk melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari calon konsumen potensial sampai dengan yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Griffin (2000) menyatakan bahwa loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku, yang ditujukan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan⁶³.

c. Karakteristik Loyalitas

Karakteristik Loyalitas Konsumen Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan loyalitas pelanggan juga dapat didefinisikan berdasarkan perilaku

⁶²Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Op.Cit*, Hlm.114

⁶³Jill Griffin, *Customer Loyalty How To Earn It, How To Keep It*, (Kentucky: McGraw-Hill, 2002), Hlm.4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembelian yang konsisten⁶⁴. Berikut ini ada lima karakteristik loyalitas konsumen yang perlu diperhatikan yaitu:

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur Konsumen melakukan pembelian secara *continue* pada suatu produk tertentu. Contoh: pencipta motor Harley Davidson akan membeli motor Harley baru jika ada model Harley Davidson yang terbaru, bahkan tidak hanya membeli tetapi mereka juga mengeluarkan uang tambahan untuk mengubahnya sesuai dengan keinginan mereka.
- 2) Membeli antar lini produk dan jasa Konsumen tidak hanya membeli jasa dan produk utama tetapi konsumen juga membeli lini produk dan jasa dari perusahaan yang sama. Contoh: konsumen tidak hanya membeli motor Harley davidson saja, tetapi mereka juga membeli aksesoris dari Harley Davidson untuk mempercantik diri mereka.
- 3) Mereferensikan kepada orang lain. Dimana konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth) berkenan dengan produk tersebut. Contoh: seorang konsumen Harley Davidson yang sudah lama memakai motor tersebut, menceritakan tentang kehebatan dan keunggulan dari motor tersebut, kemudian setelah itu temannya tertarik membeli motor Harley Davidson karena mendengar cerita tersebut.
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing. Konsumen menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing. Contoh: para pecinta motor Harley Davidson

⁶⁴. *Ibid*, Hlm.31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menolak untuk menggunakan motor lain, bahkan mereka juga cenderung menolak untuk mengetahui jenis-jenis motor lainnya. Pelanggan yang loyal merupakan aset bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat berdasarkan karakteristik yang dimilikinya. Oleh karena itu, loyalitas konsumen merupakan suatu yang bisa diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang bagi suatu perusahaan.

d. Indikator Loyalitas

Menurut Hidayat loyalitas konsumen merupakan komitmen seorang konsumen terhadap suatu pasar berdasarkan sikap positif dan tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten. Indikator dari loyalitas konsumen tersebut adalah⁶⁵:

- 1) Trust merupakan tanggapan kepercayaan konsumen terhadap pasar.
- 2) Emotion commitment merupakan komitmen psikologi konsumen terhadap pasar
- 3) Switching cost merupakan tanggapan konsumen tentang beban yang diterima ketika terjadi perubahan
- 4) Word of mouth merupakan perilaku publisitas yang dilakukan konsumen terhadap pasar.
- 5) Cooperation merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sikap yang bekerja sama dengan pasar

⁶⁵ Hidayat, Rahmat. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank mandiri*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. V tahun 2009.hlm.16

3. Premi

a. Pengertian Premi

Premi adalah “Sejumlah uang yang dibayarkan oleh seseorang pemegang polis kepada perusahaan asuransi sehubungan dengan adanya perjanjian pertanggungan yang dituangkan dalam polis asuransi”.⁶⁶

Premi merupakan faktor yang penting dalam asuransi baik bagi penanggung maupun bagi tertanggung, premi juga bisa disebut dengan istilah kontribusi atau dalam bahasa *fiqh muamalah* disebut *al-musahamah*, kontribusi (*al-musahamah*) dalam perjanjian asuransi syariah adalah pertimbangan keuangan (*al-iwad*) dari bagian peserta yang merupakan kewajiban yang muncul dari perjanjian antara peserta dengan pengelola.

Dalam himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI edisi revisi tahun 2006 dijelaskan bahwa premi adalah: “Kewajiban peserta asuransi untuk memberikan sejumlah dana kepada PT Asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad”.⁶⁷

Dalam asuransi syariah premi terbagi menjadi tiga yaitu:

1) Premi tabungan

Premi tabungan adalah Premi yang disetor oleh pemegang polis untuk dipergunakan sesuai dengan keperluannya masing-masing pemegang polis. Menurut keputusan Menteri keuangan Indonesia No.

⁶⁶ A. Hasyim Ali, Drs., Agustinus Subekti, Drs., Wardana, Drs., *Kamus Asuransi*, Jakarta, Bumi Aksara, 1996, hlm. 248

⁶⁷ Dewan Syariah Nasional MUI, Himpunan fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, Edisi Revisi 2006, no.21/DSN-MUI/X/2001, tentang pedoman umum asuransi syariah

2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

225/KMK.017/1993, PT. Asuransi boleh pula memasukan unsur tabungan ke dalam premi sehingga akan terbentuk apa yang disebut dengan nilai tunai yang akan dikembalikan pada pemegang polis baiksewaktu maupun diakhir masa asuransi pada PT. Asuransi syariah, nilai tunai sama dengan akutansi tabungan.

2) Premi biaya

Premi biaya adalah sejumlah uang yang dibayarkan peserta asuransi untuk membayar biaya administrasi dan operasional.

3) Premi tabarru

Premi tabarru adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh pemegang polis atau peserta asuransi secara tulus dan ikhlas dan tidak untuk diminta kembali ditunjukan untuk tolong menolong”.

Premi tabarrubukan menjadi hak milik perusahaan, bila perusahaan tidak lagi menjalankan usahanya maka saldo dan tabarru dikembalikan kepada umat untuk berbagai aktifitas kebijakan.

b. Fungsi Premi Asuransi

Premi adalah merupakan faktor yang sangat penting dalam asuransi, baik bagi penanggung maupun bagi tertanggung. Premi sangatpenting bagi penanggung, karena dengan premi yang berhasildikumpulkan dan para tertanggung (yang jumlahnya cukup banyak)dalam waktu yang relatif lama, akan membentuksejumlah dana yang cukup besar, dan dari dana tersebut perusahaanasuransi akan mampu:

- 1) Mengembalikan tertanggung kepada posisi (ekonomi) sepertisebelum terjadi kerugian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Menghindari tertanggung dari kebangkrutan sedemikian rupa, sehingga mampu berdiri pada posisi seperti keadaan sebelum terjadinya kerugian.

Sedang bagi tertanggung premi juga sangat penting, karena premi yang harus dibayar adalah unsur biaya baginya, yang akan mempengaruhi kegiatan/tingkat konsumsinya. Oleh karena itu, tinggi rendahnya premi pada umumnya akan menjadi pertimbangan utama bagi tertanggung apakah dia akan menutup risiko dengan asuransi atau tidak⁶⁸.

c. Indikator Premi Asuransi Jiwa

Ada tiga unsur utama yang menentukan perhitungan premi asuransi jiwa, yaitu:

- 1) Tabel Mortalitas Kewajiban dasar perusahaan asuransi (penanggung) adalah membayar santunan kematian. Karena itu, penanggung harus mengetahui perkiraan “harapan hidup” orang yang ditanggungnya. Dengan memanfaatkan teori probabilitas dan statistik, “harapan hidup” itu dapat dihitung. Hasil-hasil perhitungan yang dikerjakan oleh aktuaris, disusun dalam sebuah tabel yang dinamakan table mortalitas.
- 2) Asumsi Bagi Hasil (mudharabah) Dalam asuransi syari’ah tidak ada mengenal unsur bunga, melainkan dengan sistem tabarru” (dana sosial) yang diberikan kepada pihak nasabah yang berapa persennya dari uang kontribusi, dana tabarru” sifatnya menolong ke sesama umatnya.
- 3) Biaya-Biaya Asuransi Yang Adil Dan Tidak Menzalimi Peserta. Unsur premi pada asuransi syari’ah terdiri dari unsur tabarru” dan tabungan

⁶⁸ Soeisno Djojosoedarso, *Prinsip-prinsip dan Manajemen Risiko Asuransi*, (Jakarta: PT. Salemba Empat Satria, 2003), hlm. 127-128.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(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 besar pula nilai tabarru. Premi pada asuransi syariah disebut juga net premium karena hanya terdiri dari mortalitas (harapan hidup), dan di dalamnya tidak terdapat unsure loading (komisi agen, biaya administrasi dan lain-lain). Juga tidak mengandung unsur bunga sebagaimana pada asuransi konvensional.

4. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang⁶⁹.

Dalam kajian literatur kepuasan pelanggan yang dilakukan Giese dan Cote dalam Tjiptono dan Chandra⁷⁰, mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki tiga komponen utama, yaitu:

- 1) Kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif).

⁶⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* hlm. 177

⁷⁰ Fandy Tjiptono dan Gerorius Chandra, *Service, Quality, Satisfaction* hlm. 195.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk pengalaman konsumsi dan seterusnya.
- 3) Respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif dan lain-lain).

Kepuasan konsumen keseluruhan ditentukan oleh faktor nilai yang dirasakan, kualitas yang dirasakan dan harapan konsumen ke konsumen keseluruhan yang mempunyai konsekuensi perilaku complain konsumen dan kesetiaan konsumen.

Definisi kepuasan yang dikemukakan oleh Richard Oliver, seperti dikutip oleh Handi Irawan adalah, “respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bias lebih atau kurang⁷¹.

Jadi kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas atau senang.

Dalam islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.

⁷¹ Handi Irawan, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan,(Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), hlm. 03

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal-haram saja tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, tidak menjijikan, larangan israf dan larangan bermegah-megahan. Karena perhitungan antara pendapatan, konsumsi dan simpanan sebaiknya ditetapkan atas dasar keadilan sehingga tidak melampaui batas dengan terjebak pada sifat boros (tabzir) maupun kikir (bakhil).

Adapun yang dimaksud dengan peneracaan adalah sesuatu yang berkaitan dengan keadilan. Jika dikaitkan dengan pengeluaran konsumsi maka maksud dan tujuan dari peneracaan adalah keharusan untuk menjaga keseimbangan antara pendapatan dan konsumsi dalam periode tertentu. Begitu pula batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja. Tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena zatnya dikarenakan memiliki keterkaitan langsung yang dapat membahayakan terhadap fisik, moral maupun spiritual, serta keharaman yang disebabkan karena menggunakan cara yang bathil untuk mendapatkannya yang dapat membahayakan dirinya dan merugikan orang lain.

b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan menurut Lupton⁷² :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil merek menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

⁷² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2004), hal. 101.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Premi, yaitu besaran uang kontribusi yang diberikan nasabah atau pempol (tertanggung) kepada pihak asuransi (penanggung) yang di dalamnya terdapat perjanjian polis untuk mengganti suatu kerugian, kerusakan dan suatu kehilangan yang penetapannya yang sesuai dengan kemampuan nasabahnya.
4. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.
5. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

Loyalitas adalah *strong feeling of support and alligience person shoeing firm and constant support*.⁷³ Pandangan ini dipertegas Griffin yang mengatakan *loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*. Berdasarkan definisi tersebut, loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit

⁷³ Oxford English Dictionary (2005) dan Griffin (2002)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Griffin menjelaskan bahwa pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut.

1. Melakukan pembelian secara teratur (makes regular repeat purchases)
2. Membeli diluar lini produk atau jasa (purchases across product and service lines)
3. Merekomendasikan produk lain (refers other).
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (demonstrates an immunity to the full of the competition).
5. Merancang dan menciptakan loyalitas

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Hawskins dan Lonely dikutip dalam Tjiptono, atribut pembentuk kepuasan terdiri dari ⁷⁴:

- 1) Kesesuaian Harapan Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, contohnya produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Minat Berkunjung Kembali Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, contohnya berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- 3) Kesediaan Merekomendasikan Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, contohnya menyarankan teman atau kerabat untuk membeli

⁷⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emman Patria. 2001.hlm,78

produk yang ditawarkan untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk atau jasa.

5. Pengaruh Kuliatas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Aegncy Pekanbaru.

Kualitas pelayanan memiliki “pengaruh atau hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Pelayanan menjadi faktor utama seorang nasabah menjalin hubungan yang erat”⁷⁵. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain, dan bukan sekedar bermaksud untuk melayani namun untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Dalam mengembangkan suatu usaha, pelayanan merupakan suatu kebutuhan yang seharusnya selalu dijaga dan ditingkatkan. Kepuasan nasabah menunjukkan adanya kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan permintaan layanan jasa terjadi tidak kurang dari dua kali.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting ditengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan menimbulkan suatu kepuasan kepada nasabah hal itu akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang perusahaan. Dengan adanya kepuasan nasabah, akan membahwa suatu usaha barang atau jasa yang telah berdiri tersebut akan dapat mempertahankan nasabah yang datang melakukan pembelian atau melakukan transaksi di perusahaan tersebut. Oliver dalam Ishak dan Suprayogi menyatakan

⁷⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Edisi I, Edisi 4, Yogyakarta, Andi, 2011),Hkm.54

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“kepuasan merupakan suatu rasa yang hadir dalam diri seseorang sehingga membuat serta mendorong terjadinya pembelian ulang⁷⁶”. Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

6. Pengaruh Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency

Loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan saling berhubungan satu dengan lainnya. Hubungan antara nilai loyalitas dan kepuasan dipengaruhi oleh karakteristik produk dan pola pembeliannya. Jika pelanggan memiliki sikap positif terhadap suatu merek maka pelanggan akan merasa puas. Sehingga pelanggan tersebut berusaha untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan baru. Dari beberapa factor yang di tuntut untuk menjadi nasabah yang baik adalah loyalitas atau kesetiaan yang tinggi untuk melaksanakan tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Penelitian lain yang dilakukan Safriadi tentang “Pengaruh Pemasaran Relasional dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Nagari Indonesia (BNI) Kantor Cabang Medan “, menyatakan bahwa terdapat dua pendekatan, yaitu sikap dan perilaku. Dalam pendekatan perilaku dibedakan antara loyalitas dan perilaku beli ulang. Perilaku beli ulang dapat diartikan sebagai perilaku pelanggan yang hanya membeli suatu produk secara berulang-ulang, tanpa menyertakan aspek perasaan dan pemilikan didalamnya⁷⁷. Penelitian yang berbeda dilakukan oleh Rachmad Hidayat tentang “Pengaruh Kualitas

⁷⁶ Abdulhak, Ishak dan Ugi Suprayogi, *Penelitian Tindakan dalam pendidikan nonformal*, (Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada,2011)Hlm.72

⁷⁷ Safriadi, *Pengaruh Pemasaran Relasional dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor cabang Medan*, Vol.6, NO. 1, 2016

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri” yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas⁷⁸. Namun kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

7. Pengaruh Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency

Setiap perusahaan asuransi mengharapkan dapat mencapai tujuan dan meraih sukses. Kesuksesan tersebut bisa dari premi asuransi yang terjangkau. Premi asuransi adalah pembayaran sejumlah uang yang dilakukan pihak tertanggung kepada penanggung untuk mengganti suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan akibat timbulnya perjanjian atas pemindahan risiko dari tertanggung kepada penanggung (transfer of risk)⁷⁹.

Dalam asuransi mengenal istilah premi atau bisa disebut dengan uang kontribusi. Premi adalah uang tanggungan yang dibayarkan oleh seorang nasabah kepada pihak perusahaan asuransi, dimana uang kontribusi tersebut diposkan menjadi 3 bagian pada asuransi syariah yaitu dana tabarru' atau dana sosial, investasi dan ujah. Uang kontribusi atau biasa disebut dengan premi itu dibayarkan setiap perbulan, triwulan, semesteran, dan tahunan. Manfaat dari uang kontribusi itu didalamnya ada dana investasi, dimana dana itu dikelola secara syariah kepada usaha-usaha yang dihalalkan ketika ada keuntungan akan dibagi secara mudarabah untuk pemilik dana atau nasabah,

⁷⁸ Hidayat, Rachmad. Pengaruh Kualitas Layanan Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.11, No.1, hal. 2009.Hlm.59-72.

⁷⁹ Amrin Abdullah. *Asuransi Syariah: Keberadaanya dan Kelebihanya di Tengah Asuransi Konvensional*. Jakarta: IKAPI, 2006. Hlm.67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

dan untuk mudharib atau perusahaan. Setiap pembayarannya ditetapkan oleh perusahaan asuransi, besarnya premi ditetapkan sesuai dengan keadaan dari nasabah.

Besaran premi atau uang kontribusi yang terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan nasabah membuat nasabah tersebut tidak terbebani. Adapun dengan adanya premi di asuransi pastinya akan ada pengaruh dalam kepuasan dari nasabah itu sendiri, premi dapat menyebabkan nasabah tidak puas atau bahkan nasabah puas akan adanya premi. Premi asuransi terdiri dari unsur tabarru' dan tabungan (untuk asuransi jiwa) dan unsur tabarru' saja (untuk asuransi kerugian dan tern insurance pada life). Unsur tabarru' pada jiwa, perhitungan usia dan masa perjanjian. Semakin tinggi usia dan semakin panjang masa perjanjian, maka semakin besar pula nilai tabarru'-nya⁸⁰.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Marttiningsih menunjukkan bahwa premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah asuransi syariah⁸¹. Artinya pengaruh variabel premi yang tinggi dapat meningkatkan daya minat seorang nasabah dalam menggunakan jasa asuransi. Hal ini membuktikan bahwa besaran premi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karena besaran premi yang terjangkau yang ditentukan oleh pihak asuransi atau sesuai dengan kemampuan nasabah membuat nasabah itu sendiri

⁸⁰ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Operasional*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), Hlm.193.

⁸¹ Adha Inapty, M., dan Martiningsih, R. R, *Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintah, Kompetensi Aparatur dan Peran Audit Internal Terhadap Kualitas Informasi Laporan Keuangan dengan Sistem Pengendalian Intern Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada SKPD di Pemprov NTB)2016*. Akuntabilitas, 9(1).Hlm.69

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merasa puas, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah yang menjadi anggota asuransi syariah.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muazizah dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa premi secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah⁸². Hal ini membuktikan bahwa premi mempengaruhi kepuasan nasabah dengan hasil negatif karena premi tidak bisa mendukung secara konsisten, dengan alasan premi tidak sesuai dengan teori jadi sebagian nasabah tidak terlalu peduli dengan apa yang telah dikeluarkan premi terhadap nasabah, nasabah tidak terlalu mengawatirkan tentang adanya premi, yang diperhatikan nasabah adalah suatu pelayanan yang memuaskan serta fasilitas yang nyaman.

B. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teoriberhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalahpenting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautanantar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubunganantar variabel indeviden dan dependen.

Adapun yang merupakan variabel independen dalam penelitian ini adalah pelayanan (X_1), dan Premi (X_2).Sedangkan yang menjadi variable dependen adalah Kepuasan Nasabah (Y). Secara teoritis hubungan antar

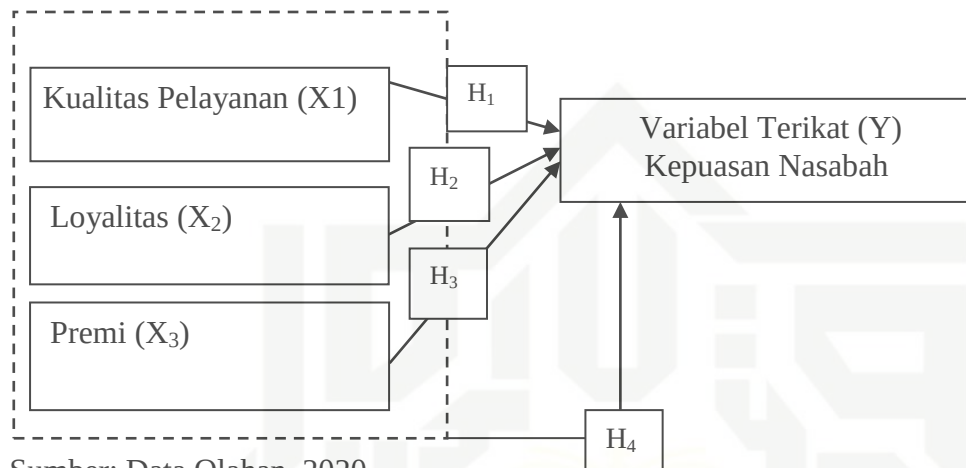
⁸² Muazizah, S. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negri Tulungagung. 2018.Hlm.91

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variable yang akan diteliti dijelaskan dalam kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Olahan, 2020

Keterangan:

- H₁ = Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
- H₂ = Pengaruh Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah
- H₃ = Pengaruh Premi Terhadap Kepuasan Nasabah
- H₄ = Pengaruh secara simultan Kualitas pelayanan, Loyalitas, dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah

C. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Susanto Wedi ⁸³ “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank (Studi Empiris pada PT. Bank BPD Jateng Cabang Pekalongan).” Tesis universitas di ponegoro semarang 2004	Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel produk, pelayanan, dan kepuasan nasabah.	Perbedaannya dengan penulis adalah pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Bank BNI, dan obyek penelitian penulis adalah perusahaan Asuransi.	Hasil analisis data memberikan bukti empiris yang sesuai dengan hasil penelitian terdahulu, yaitu orientasi nasabah, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
2	Tyas Rooswitasari, Sri Suryoko, Dan Ngatno ⁸⁴ “Pengaruh Ekuitas Merek, Personal Selling, dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Dana Pendidikan pada Asuransi Takaful Keluarga Kantor Representatif Kebumen” Jurnal Vol. 4,	Pada penelitian yang dilakukan oleh Tyas Rooswitasari, Sri Suryoko, dan Ngatno, persamaan dengan penelitian ini adalah sama – sama meneliti tentang kepuasan nasabah asuransi takaful	perbedaannya dengan penulis adalah pada penelitian ini obyek penelitian berada di kota Kebumen sedangkan penulis berada di kota Pekanbaru dan juga terletak pada premi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek, personal selling, dan harga premi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 69,6%. Variabel dengan

⁸³Susanto Wedi, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank (Studi Empiris pada PT. Bank BPD Jateng Cabang Pekalongan)*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro, 2004.

⁸⁴Tyas Rooswitasari, Sri Suryoko, dan Ngatno, *Pengaruh Ekuitas Merek, Personal Selling, dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Dana Pendidikan pada Asuransi Takaful Keluarga Kantor Representatif Kebumen*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Semarang: Universitas Diponegoro, Vol. 4, No. 4, Tahun 2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

No. 4, tahun 2015			pengaruh terbesar pada kepuasan nasabah adalah harga premi dengan nilai Beta pada uji regresi linier berganda adalah 0,600.
3. Aristyo Adisaputro, Sri Suryoko, dan Hari Susanta Nugraha ⁸⁵ "Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan (Studi Kasus pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang)" Jurnal Vol.2, No. 3 tahun 2013	Pada penelitian yang dilakukan oleh Aristyo Adisaputro, Sri Suryoko, dan Hari Susanta Nugraha, persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel pelayanan dan kepuasan nasabah.	Perbedaannya dengan penulis adalah pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian yang digunakan adalah PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 sedangkan penulis bertempat di PT. Asuransi Takaful Keluarga Pekanbaru.	Hasil penelitian menunjukkan premi dan kualitas pelayanan AJB Bumi putera 1912 KCE Semarang dapat dikatakan cukup baik. Kepuasan nasabah juga termasuk tinggi. Secara simultan, besarnya pengaruh premi asuransi dan kualitas pelayanan sebesar 80,9%. Hal ini berarti semakin baik premi asuransi dan kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah.
4. Risa Sasmita, Zainul Arifin, dan	Pada penelitian yang dilakukan oleh Risa	Perbedaannya dengan penulis adalah pada	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

⁸⁵Aristyo Adisaputro, Sri Suryoko, Hari Susanta Nugraha, *Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan (Studi Kasus pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang)*. Jurnal. Semarang: Universitas Diponegoro, Vol. 2, No. 3, Tahun 2013.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Sunarti⁸⁶ “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah PT. Asuransi Jiwasraya Persero Malang Regional Office)” Jurnal Vol. 6, No 1 Tahun 2013	Sasmita, Zainul Arifin, dan Sunarti, persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel pelayanan dan kepuasan nasabah.	penelitian ini yang menjadi obyek penelitian yang digunakan adalah PT. Asuransi Jiwasraya sedangkan penulis bertempat di PT. Asuransi Takaful Keluarga pekanbaru.	secara simultan variabel bebas yang terdiri dari Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga Kepuasan Pelanggan meningkat.
5 Aryawan Tri Raharja dan Imroatul Khasanah⁸⁷ “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah PT. Prudential Life Assuranse Semarang).” Jurnal Vol.4, No.1 Tahun 2015	Pada penelitian yang dilakukan oleh Aryawan Tri Raharja dan Imroatul Khasanah, yang menjadi persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel pelayanan dan kepuasan nasabah.	pembeda dalam penelitian ini adalah obyek yang digunakan adalah PT. Prudential Life sedangkan penulis bertempat di PT. Asuransi Takaful Keluarga Pekanbaru.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji determinasi koefisien (adjusted R2) menunjukkan 0,598. Yang menunjukkan

⁸⁶ Rina Sasmita, Zainul Arifin, dan Sunarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah PT. Asuransi Jiwasraya Persero Malang Regional Office)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Malang: Universitas Brawijaya, Vol. 6, No. 1, Tahun 2013.

⁸⁷ Aryawan Tri Raharja dan Imroatul Khasanah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Diponegoro Journal Of Management Volume 4, Nomor 1, Tahun 2015, h. 1-12. ISSN: 2337-3792.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

			59,8% kepuasan pelanggan dalam penelitian dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, dan nilai pelanggan. Dan sisanya 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain.
6. Endarwita ⁸⁸ “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat.”Jurnal Vol.1, No.3, September 2013	Pada penelitian yang dilakukan oleh Endarwita, persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel produk, pelayanan, dan kepuasan nasabah.	Perbedaannya dengan penulis adalah pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Bank BRI, dan obyek penelitian penulis adalah perusahaan asuransi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan koefisien sebesar 0,332. Kualitas pelayanan sebesar kepuasan nasabah dengan koefisien sebesar 0,332. Kualitas pelayanan sebesar 0,445. Hubungan secara langsung kepuasan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh sebesar 0.419 namun kontribusinya (R ²)

⁸⁸Endarwita, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat*, e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 1, No. 3, September 2013, h. 167-180, ISSN: 2337-3997.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

7.	Putri Setyarini. ⁸⁹ “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Merek Deterjen Attack Easy Terhadap Kepuasan Konsumen Di Andina Mart Gonilan, Kartasura Sukoharjo”, Jurnal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta 2014	Persamaan dengan penelitian ini yaitu menganalisa faktor kualitas produk dan harga. Kedua faktor tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan dengan dua obyek yang berbeda. Peneliti mengambil produk aqiqah, sedangkan penelitian diatas mengambil produk sabun cuci	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variabel penelitian. Penelitian ini hanya menganalisis dua variabel yaitu kualitas produk dan harga, sedangkan peneliti akan menganalisis tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk	hanya 11,2%. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai (5,198>1,985), sehingga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Variable harga memiliki nilai (4,725>1,985), sehingga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Variabel merek memiliki nilai (5,489>1,985), sehingga merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.
8.	Natalia Ribka Lumempow, Silvy Mandey, dan Jopie Jorie Rotinsulu ⁹⁰ “Analisis Faktor-Faktor Kualitas	Pada penelitian yang dilakukan oleh Natalia Ribka Lumempow, persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel	Perbedaannya dengan penulis adalah pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Bank Mandiri, dan obyek	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan <i>Tangibles, Reliability, Responsiveness</i> yang tidak berpengaruh terhadap

⁸⁹Putri Setyarini, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Merek Deterjen Attack Easy Terhadap Kepuasan Konsumen Di Andina Mart Gonilan, Kartasura Sukoharjo”, Jurnal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.2014.⁸⁹

⁹⁰Natalia Ribka, Silvy dan Jopie, *Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 3, No. 3 September 2015, h. 1275-1286. ISSN 2303-11.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado.” Jurnal Vol.3, No.3, september 2015	pelayanan dan kepuasan nasabah.	penelitian penulis adalah perusahaan asuransi.	kepuasan nasabah. Perusahaan sebaiknya memperhatikan <i>Tangible</i> dan <i>Responsiveness</i>, untuk dapat memenuhi tujuannya, yaitu kepuasan nasabah dalam meningkatkan kualitas pelayanan
Rashed Al Karim dan Tabassum Chowdhury, 2014 “<i>Customer Satisfaction On Service Quality In Private Commercial Banking Sector In Bangladesh</i>” British Journal of Marketing Studies Vol.2, No.2, pp.1-11, June 2014	Penelitian ini berusaha untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah	1). Pada penelitian ini berusaha mengetahui pengaruh hanya menggunakan satu variabel yaitu hanya variabel “kualitas pelayanan” sedangkan pada penelitian penulis variabel X1 Kualitas Pelayanan dan X2 Premi terhadap kepuasan nasabah. 2). Penelitian ini berusaha untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap pelanggan dalam hal kepuasan yaitu dimensi kualitas layanan sangat penting untuk kepuasan pelanggan pada sektor private commercial banking di Bangladesh.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau			nasabah bank swasta di Bangladesh. Lima dimensi kualitas pelayanan (servqual) seperti tangibility, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) dijadikan dasar penelitian ini.	
10	Ariff Syah Juhari, Muhammad Awais Bhatti, dkk “ <i>Service Quality and Customer Loyalty in Malaysian Islamic Insurance Sector Exploring the mediating effects of Customer Satisfaction</i> ” International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences March 2016, Vol. 6, No. 3 ISSN: 2222-6990	Penelitian ini sama-sama mengkaji kualitas Menjelajahi efek mediasi dari Kepuasan Pelanggan Pada perusahaan asuransi	1). Peran mediasi kepuasan pelanggan antara dimensi kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di sektor asuransi syariah Malaysia. 2). Perusahaan Asuransi Islam Malaysia. 3). Studi ini mengusulkan dan menguji kerangka kerja melalui pemodelan persamaan struktural (Amos-16).	Hasil analisis menunjukkan bahwa empat dari enam dimensi kualitas layanan (tangible, responsiveness, fairness, dan reliability) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang selanjutnya mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara empat dari enam dimensi kualitas layanan (tangible, responsiveness, fairness, and reliability) dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau			loyalitas pelanggan. Hanya dua dimensi kualitas layanan (jaminan dan empati) yang tidak berhubungan signifikan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan
11. Ria Oktavia, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Index Pada Pt. Bank Index Kantor Cabang Lampung, Tesis Program Pascasarjana Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Bandar Lampung 2016	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah terhadap loyalitas dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan dimediasi oleh kepuasan nasabah.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah secara langsung, kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dalam memediasi kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12	Safriadi, "Pengaruh Pemasaran Relasional Dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Negara Indonesia (Bni) Kantor Cabang Medan" Jurnal Vol.6, No.1, Juni 2016	Pengaruh Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah	Pengaruh Pemasaran Relasional dan Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Loyalitas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Medan.
13	Yulianti Saputri,"pengaruh loyalitas terhadap kepuasan nasabah BPR Candung, Bukittinggi" tahun 2008	Pengaruh loyalitas terhadap kepuasan nasabah	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan Pengaruh loyalitas terhadap kepuasan nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh loyalitas terhadap kepuasan nasabah BPR Candung Bukittinggi. menganalisis pengaruh loyalitas terhadap kepuasan nasabah BPR Candung Bukittinggi. Metode penelitian yang digunakan bersifat explanatory study, yaitu studi penjelasan untuk mengidentifikasi data primer hasil dari jawaban responden yang dituangkan dalam kuesioner yang dikembalikan kepada peneliti

D. Konsep Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Likert
1	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan ⁹¹ .	1. Bukti Langsung (<i>Tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>)	1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju
2	Loyalitas	Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan untuk berbelanja dilokasi tertentu ⁹² .	1. <i>Trust</i> 2. <i>Emotion</i> 3. <i>Switching Cost</i> 4. <i>Word Of Mounth</i> 5. <i>Cooperation</i>	1 Sangat Tidak Setuju 2 Tidak Setuju 3 Netral 4 Setuju 5 Sangat Setuju
3	Premi	Sejumlah uang yang dibayarkan oleh seseorang pemegang polis kepada perusahaan asuransi sehubungan dengan adanya perjanjian pertanggungan yang dituangkan dalam polis asuransi ⁹³ .	1. Tabel Mortalitas 2. Asumsi Bagi Hasil 3. Biaya-Biaya Asuransi	1 Sangat Tidak Setuju 2 Tidak Setuju 3 Netral 4 Setuju 5 Sangat Setuju
4	Kepuasan Nasabah	Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bias lebih atau kurang ⁹⁴ .	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung. 3. Kesiediaan Merekomendasikan	1 Sangat Tidak Setuju 2 Tidak Setuju 3 Netral 4 Setuju 5 Sangat Setuju

⁹¹Rahmayanti, *Op.Cit.* Hlm.119

⁹²Ali Hasan, *Op.Cit.* Hlm.88

⁹³A. Hasyim Ali dkk .*Op.Cit.* hlm. 248

⁹⁴Handi Irawan, *Op.Cit.*Hlm.03



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian hipotesis-hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statis dan permodelan sistematis.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) Dengan tujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Pendekatan lapangan juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif asosiatif yang bersifat menganalisa dan membuktikan pengaruh Kualitas Pelayanan , Loyalitas dan Premi terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency . Metode penelitian kuantitatif adalah suatu proses yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menentukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui⁹⁵.

B. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Jl.Todak Gang Udang Putih No 1 Kelurahan Tangkerang Barat Kec.Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

⁹⁵ Deni Darmawan, Metode Penelitian Kuantitatif, (bandung:PT Remaja Roskarya, 2014), hlm.37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Waktu Penelitian, penelitian dilakukan mulai Desember 2020 Sampai dengan Selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan⁹⁶.

Maka dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa asuransi pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru yang terdata pada tahun 2015-2019 sebanyak 578 nasabah. Maka dari itu populasi peneliti sebanyak 578 nasabah.

2. Sampel

Menurut Sanusi, Anwar sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih. Cara untuk memilih atau menyeleksi sampel disebut sampling. Sampel juga bisa diartikan sebagian dari populasi yang dipergunakan sebagai sumber data⁹⁷. Dari jumlah populasi diatas, maka penulis melakukan pengambilan sampel.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Research Sampling*, yaitu bagaimana kita dapat memperoleh sampel atau sampel-sampel

⁹⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. (Alfabeta .Bandung:2008) hlm 80

⁹⁷ Anwar, Sanusi. *Metodologi Penelitian Bisnis*. (Jakarta: Salemba Empat, 2014) hlm 87

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang dapat mewakili populasi.⁹⁸ Dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁹⁹ Teknik yang digunakan dalam *probability sampling* adalah *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.¹⁰⁰

Rumusan menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya sebagai berikut :

Gambar: 3.1
Rumus Taro Yamane

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = level signifikansi yang diinginkan 10%

n = 578 : 5,78+1 = 85

Dari tabel di atas diketahui, bahwa penentuan jumlah sampel dari rumus Taro Yamane memberikan kemudahan penentu jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%¹⁰¹. Dengan tabel ini, peneliti

⁹⁸ Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), h. 168.

⁹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2009), h.118.

¹⁰⁰ *Ibid.*,

¹⁰¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2012 Hlm.86

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki. Jadi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 Nasabah Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru dengan taraf kesalahan 10%.

D. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Jl.Todak Gang Udang Putih No 1 Kelurahan Tangkerang Barat Kec.Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

Adapun sumber data dibedakan atas dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah¹⁰²

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data ini bisa didapatkan oleh peneliti dari tempat penelitian yang bersangkutan. Seperti angket, data Jumlah Nasabah dan Jumlah Uang Premi dari Tahun 2015-2019, *Company Profile* PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru, dan Buku Panduan & Layanan Representative Office (RO).
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Terkait dengan data sekunder, peneliti tinggal memanfaatkan data tersebut menurut kebutuhannya. Data ini bisa berupa data yang diperoleh di perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.

¹⁰²Iqbal Hasan . Analisis Data Penelitian Statistik.(Jakarta: Bumi Aksara,2009) hlm 19

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Disebut sementara karena jawaban yang diberikan bersifat sementara dan berdasarkan hanya pada teori dan belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis merupakan jawaban dari suatu penelitian yang harus diuji kebenarannya dengan jalan riset¹⁰³.

H₁: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

H₂: Diduga Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

H₃: Diduga Premi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

H₄: Diduga Kualitas Pelayanan, Loyalitas, dan Premi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Angket, yaitu daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan *respons(responden)* sesuai dengan permintaan pengguna. Dalam hal ini yaitu nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru.

¹⁰³Kartini kartono, Pengantar Metodologi Riset Sosial, (Bandung: Mandar Maju, 1990),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Dokumentasi, yaitu cara yang biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Dalam hal ini yaitu foto-foto dokumentasi ditempat penelitian dan bersama beberapa nasabah.
3. Wawancara, Yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada Beberapa Nasabah PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Aegncy pekanbaru untuk memperoleh informasi tentang aspek-aspek yang berhubungan dengan penelitian.
4. Observasi, yaitu cara pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang disaksikan selama penelitian. Penyaksiannya dengan cara melihat, mendengar, merasakan yang kemudian dicatat seobyektif mungkin¹⁰⁴.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya¹⁰⁵.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu menganalisis data secara argumentasi berdasarkan data-data dan menganalisis data secara statistik dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana yaitu untuk mengukur pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y dan pengolahan datanya menggunakan program SPSS 25.

¹⁰⁴W.Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:PT.Grasindo,2002) hlm.116

¹⁰⁵ Anwar, Sanusi, *Op.Cit* hlm 115

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel penelitian yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru diberikan dengan menggunakan Skala Likert yang terdiri dari lima pilihan jawaban sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (ST)
- 3 = Netral (N)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ada (dua) yaitu¹⁰⁶:

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut¹⁰⁷.

Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dengan $df = n-2$, kesimpulannya item kuesioner tersebut valid. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dengan $df = n-2$, maka kesimpulannya item kuesioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama

¹⁰⁶Ibid hal.67

¹⁰⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS 16*. (Semarang: UNDIP,2011), Cet V,hlm.52

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Sehingga beberapa kali diulangpun hasilnya akan tetap menunjukkan konsistensi instrumen dalam memberikan hasil pada waktu dan tempat yang berbeda. Untuk uji reliabilitas digunakan teknik *Cronbach Alpha* dimana instrumen dapat dikatakan handal atau reliabel bila memiliki koefisien kehandalan sebesar $\geq 0,6$.

2. Uji Asumsi Klasik

Persamaan regresi linier berganda harus bersifat BLUE (Best Linier Unbiased Esstimator), artinya pengambilan keputusan melalui Uji F dan Uji t tidak boleh bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE maka harus dipenuhi diantaranya, Tiga asumsi dasar. Tiga asumsi dasar yang tidak boleh dilanggar oleh regresi linier berganda yaitu:

- a. Tidak boleh ada multikolinearitas
- b. Tidak boleh ada autokorelasi
- c. Tidak boleh ada heteroskedasitas.

Apabila salah satu dari ketiga asumsi dasar tersebut dilanggar, maka persamaan regresi yang diperbolehkan tidak lagi bersifat BLUE (Best Linier Unbiased Esstimator), sehingga pengambilan keputusan melalui uji F dan Uji t menjadi Bias.

Dalam menganalisis data dan menentukan hipotesis penelitian, maka penelitian menggunakan alat analisis Regresi Linier Berganda dengan formulasi sebagai berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Kepuasan Nasabah
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien Regresi
X_1	= Kualitas Pelayanan
X_2	= Loyalitas
X_3	= Premi

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data¹⁰⁸. Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui sebuah data menggunakan uji kolmogrov Smirnov, dalam hal ini untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal dengan ketentuan jika signifikansi (significance level) lebih dari 0,05 (sig.0,05).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolinieritas maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhitung¹⁰⁹. Salah satu metode untuk mendiagnosa adanya multikolinieritas adalah dengan menganalisis nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi, karena $VIF = 1/Tolerance$. Nilai cutoff

¹⁰⁸ Budi Purbayu Santosa dan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta. : Andi Offset, 2005 Hlm 55

¹⁰⁹ Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006 Hlm 87

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance kurang 0,1 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 10^{110} .

Uji Heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar satu varians dari residual¹¹¹.

d. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual 99 (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena-gangguan pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi-gangguan pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya.

Pada data crossection (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena —gangguan pada observasi yang berbeda berasal dari individu kelompok yang berbeda. Model regresi yang baik adalah

¹¹⁰*Ibid.* Hlm 89

¹¹¹ Budi Purbayu Santosa dan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta. : Andi Offset, 2005 Hlm 67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

regresi yang bebas dari autokorelasi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi.

Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (DW test) ¹¹²

Tabel 3.1
Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No Disicion	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No Disicion	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak Ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber : Imam Ghozali, (2013:111)

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Yaitu regresi linier dengan satu variabel prediktor (bebas), Analisis ini digunakan untuk mengetahui atau mengukur pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik ¹¹³.

Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik statistik analisis regresi linier berganda, yaitu alat ukur mengenai hubungan yang terjadi antara variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3). dengan regresi linear berganda ini, keeratan atau kuat tidaknya hubungan (kuat, lemah, atau tidak ada hubungan sama sekali antara variabel-variabel tersebut dapat diketahui. Untuk melihat persamaan garis regresi bagi masing-masing variabel bebas dapat

¹¹²Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013 hlm.110

¹¹³Supardi. *Penelitian Tindakan Kelas*. (Jakarta : PT. Bumi Aksara., 2012) hlm.221

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan dengan cara perhitungan regresi linier sederhana, yakni regresi Y atas X_1 , regresi Y atas X_2 dan Y atas X_3

Adapun bentuk persamaan regresi ganda adalah¹¹⁴:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

b_2 = Koefisien Regresi Loyalitas

b_3 = Koefisien Regresi Premi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Loyalitas

X_3 = Premi

3. Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda berdasarkan Uji secara Parsial (Uji t), Uji secara simultan (Uji F), Uji Koefisien Determinasi (r^2), maka digunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan Bantuan Software SPSS.

a. Uji Parsial (Uji-t)

Untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel Kepuasan nasabah (X_1), dan Komitmen Organisasi (X_2) terhadap turnover intention (Y), signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

¹¹⁴ Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama, 2014. Hlm. 89

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima, artinya masing-masing variabel Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Premi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- b) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel Kualitas Pelayanan, loyalitas dan premi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Premi terhadap Kepuasan Nasabah.

- a) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ Menerima H_0 artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan premi terhadap kepuasan nasabah.
- b) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka keputusannya menolak H_0 dan menerima H_3 , artinya ada pengaruh yang signifikan Kualitas pelayanan, Loyalitas dan premi terhadap kepuasan nasabah secara simultan.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilambangkan dengan r^2 . Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel *dependent* yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linier dengan variabel *independent*, selain itu (sisanya) diterangkan oleh variabel yang lain (galat atau peubah lainnya)¹¹⁵.

¹¹⁵ Supardi, *Op.Cit* hlm180

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama secara parsial (t-test) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Tafakul Keluarga Ro Riau Agency Pekanbaru. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan nasabah.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua secara parsial (t-test) menunjukkan bahwa loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Tafakul Keluarga Ro Riau Agency Pekanbaru. Hal ini menunjukkan semakin meningkat loyalitas maka semakin meningkat kepuasan nasabah.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga secara parsial (t-test) menunjukkan bahwa premi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Tafakul Keluarga Ro Riau Agency Pekanbaru. Hal ini menunjukkan premi yang tinggi sehingga dapat meningkatkan daya minat seorang nasabah dalam menggunakan jasa asuransi.
4. Hasil pengujian hipotesis secara simultan (f-test) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, loyalitas dan premi berpengaruh secara bersama –

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sama terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Tafakul Keluarga Ro Riau Agency Pekanbaru.

5. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *R square* (R^2) sebesar 0,717. Hasil ini berarti menunjukkan hanya kontribusi dari kualitas pelayanan, loyalitas dan premi terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Tafakul Keluarga Ro Riau Agency Pekanbaru sebesar 71,7%. Sedangkan sisanya 29,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diperoleh saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Asuransi Tafakul Keluarga Ro Riau Agency Pekanbaru

Untuk mempertahankan serta lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang ada dengan tentunya melihat kebutuhan nasabah dan perkembangan yang terjadi seiring dengan perubahan jaman.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti, ekuitas merek, personal selling, kualitas produk dan harga.
- b. Untuk penelitian selanjutnya dalam menentukan sampel, sesuaikan dengan waktu penelitian yang akan dilakukan dan dapat menambahkan sampel untuk memperluas objek penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Amrin, 2011. *Meraih Berkah melalui Asuransi Syariah*, Jakarta: PT Ekex Media Komputindo
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* Jakarta: Prenada Media
- Abu Sin. 2006. Ahmad Ibrahim. *Manajemen syariah: Sebuah Kajian Histories Dan kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Abdulah, Ishak dan Ugi Suprayogi, 2011. *Penelitian Tindakan dalam pendidikan nonformal*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Adha Inapty, M., dan Martiningsih, R. R, 2016. *Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintah, Kompetensi Aparatur dan Peran Audit Internal Terhadap Kualitas Informasi Laporan Keuangan dengan Sistem Pengendalian Intern Sebagai Variabel Moderating Studi Empiris pada SKPD di Pemrov NTB*
- A. Hasyim Ali, Agustinus Subekti, Wardana, 1996. *Kamus Asuransi*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Alvernia Kurniatha, 2007 *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Seseorang dalam Berasuransi dan Peluangnya Untuk Memilih Asuransi Syariah*, Tesis Universitas Indonesia Ekonomi dan Keuangan Syariah
- Ali Hasan, 2010. *Marketing Bank Syariah (Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah)*, cet. 1, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Amrin Abdullah, 2006. *Asuransi Syariah: Keberadaanya dan Kelebihanya di Tengah Asuransi Konvensional*. Jakarta: IKAPI
- Ariff Syah Juhari dkk, *Service Quality and Customer Loyalty in Malaysia Islamic Insurance Sector Exploring the mediating effects of Customer Satisfaction*, International Journal Of Academic Research in Business and Social Sciences March 2016, Vol. 6, No. 3 ISSN: 2222-6990.
- Aryawan Tri Raharja dan Imroatul Khasanah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Diponegoro Journal Of Management Volume 4, Nomor 1, Tahun 2015, h. 1-12. ISSN: 2337-3792.
- Aristyo Adisaputro dkk, *Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan (Studi Kasus pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semarang) *The Effect of insurance premiums and Service Quality Toward Customer Satisfaction Of Insurance (Case Study of Bumiputera 1912 Life Insurance Executive Branch Semarang)* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Atik, dan ratminto, 2013. *Manajemen Pelayanan, Disertai Dengan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's charter dan standar pelayanan minimal* Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Atep Adya Barata, 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: Elex Media Komputindo

Buchari Alma, 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian*, Bandung: Alfabeth

Budi Purbayu Santosa dan Ashari, 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta

Bilson Simamora, 2003. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan porofitabel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

David A. Aaker, 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis, Terjemahan: David Wijaya, Edisi 8*, Jakarta

Dewan Syariah Nasional MUI, Himpunan fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, Edisi Revisi 2006, no. 21/DSN-MUI/X/2001, tentang pedoman umum asuransi syariah

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, 1996. *Kamus Besar Bahasa Indoensia*, Jakarta: Balai Pustaka

Enderwita, 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat*, e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 1, No. 3, September 2013, h. 167-180, ISSN: 2337-3997

Etta Mamang Sangadji & Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta

Christina Whidya Utami, 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta

Freddy Rangkuti, 2002. *Measuring Customer Satisfaction* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Fandy dan Tjiptono, 2005, *Service Citra Wisata dan Satisfaction*, Yogyakarta



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handi Irawan, 2002, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan,Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Herman Darmawi, 2000. *Manajemen Asuransi*, Jakarta, Bumi Aksara

Hasibuan. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi revisi cet. 13*. PT Bumi Aksara. Jakarta

Heskett, dkk., 1997. *Out In Front: Buliding High Capability Service Organization*, Boston:Harvard Business School Press

Hidayat, Rahmat, 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank mandiri*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. V

Iqbal Hasan,2009. *Analisis Data Penelitian Statistik*. Jakarta Bumi Aksara

Imam Ghozali,2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS 16*. (Semarang: UNDIP,2011), Cet V.

Jill Griffin,2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Penerjemah Dwi Kartini Yahya, Jakarta

J.Paul Peter & Jerry C.Olson, 2000. *Consumer Behavior and Marketing Strategy; perilaku konsumen Dan Startegi Pemasaran*, Terjemahan :Diah Tantri Dwiandani, Edisi 4, Jilid 2, Cet.1, Jakarta

Kartini kartono,1990. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju

Karsono, “Peran Mediasi kepuasan pelanggan, citra perusahaan, dan biaya switching dalam pengaruh kulaitas pelayanan pada kesetiaan pelanggan”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.6, No.2, 2008.

Kotler, Philip, 2006. *Manajemen pemasaran*, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.

Krisna Sapoetry Yulianti, 2007.“*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rasa Percaya Outlet Pada Perusahaan Untuk Meningkatkan Loyalitas* (Studi



Kasus Pada Outlet Jamu Ny. Meneer di Semarang)', Jurnal Sains Pemasaran Indoensia, Vol.VI

Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan*. Cetakan ke 1. Yogyakarta,:BPFE

Lupiyoadi dan Rambat,2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*,Jakarta: Salemba Empat

Lena Ellitan dan Lina Anatan,2007. *Strategi Bersaing Dalam Service Driven-Economic*, Yogyakarta

Muhammad Syakir Sula, 2004.*Asuransi Syariah (Life And General) Konsep dan system operasional*,Jakarta:Gema Insani

Muazizah, S, 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negri Tulungagung.

Mochtar Effendy,1986 *Manajemen Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam* Jakarta: Bharata Karya Aksara

Natalia Ribka, Silvya dan Jopie,2015. *Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado*, Jurnal EMBA, Vol.3, No. 3 September 2015, h. 1275-1286. ISSN 2303-11.

Nanang Tasunar,2006. *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodema* (t.t.p.: Jurnal Sains, Pemasaran Indonesia

Novi Puspitasari,,2015 *Manajemen Asuransi Syariah*. Yogyakarta:UIN Press

Nidhar Ramadhani. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Cimahi*. Skripsi, Universitas Islam Bandung

Oliver, R.L. 1980. A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences ofSatisfaction Decisions. Journal of Marketing Research: Vol. 17, No. 4 . pp. 460-4691980

Philip Kotler dan Keller,2009. *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*, Erlangga Jakarta

Philip Kotler.2000. *Marketing Manajemen*. New Jersey:Prentice Hall

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Putri Setyarini, 2014. *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Merek Deterjen Attack Easy Terhadap Kepuasan Konsumen Di Andina Mart Gonilan, Kartasura Sukoharjo”*, Jurnal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- PT. Asuransi Takaful Keluarga, 2014. *Buku Panduan dan Layanan Representative Office* Jakarta: PT. Asuransi Takaful Keluarga
- Rahmayanti, 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Garaha Ilmu
- Ratih Hurrita, 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, cet.3, Bandung
- Rambat Lupiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria
- Rochmat Nursalim *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa Asuransi Ajb Bumiputera 1912 Kantor Cabang Purworejo”* Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.10 No.1.a Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo Jawa Tengah
- Raisza Makis, 2021. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar*.
- Rina Sasmita, Zainul Arifin, dan Sunarti, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah PT. Asuransi Jiwasraya Persero Malang Regional Office)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Malang: Universitas Brawijaya, Vol. 6, No. 1
- Satriadi, 2016. *Pengaruh Pemasaran Relasional dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor cabang Medan*, Vol.6, NO. 1,
- Siti Najma, 2016. *Penerapan Model Problem Based Learning Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Tema Selalu Berhemat Energi Kelas Iv Min 3 Banda Aceh*, Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh: 2016
- Sumarto, 2003. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: AMUS Yogyakarta dan Ngeksigondo Utama, 2003
- Soeismo Djojosoedarso, 2003. *Prinsip-prinsip dan Manajemen Risiko Asuransi*, Jakarta: PT. Salemba Empat Satria



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Susanto Wedi, 2004. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank (Studi Empiris pada PT. Bank BPD Jateng Cabang Pekalongan)*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro
- Suharsaputra, Uhar, 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama
- Stanton, William J., Michel J. Etzel, and Bruce J. Walker.. 13th edition. *Marketing*. New York: Macmillan Publishing. 2004.
- swa.co.id, *Hari Asuransi 2017, Bumikan Kesadaran Berasuransi*, <http://swa.co.id/swa/trends/marketing>, diakses tanggal 26 Oktober 2020.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Jakarta
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung
- Sri Suratno F.G. dan Nursya Bani Purnama, 2004. *Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua, Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, Yogyakarta
- Tim TR & Development, 2005. *Modul Pengantar Dasara Takaful*, (Jakarta: PT. Asuransi Takaful Keluarga
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta: Alfabeta
- Tyas Rooswitasari, Sri Suryoko, dan Ngatno, 2015. *Pengaruh Ekuitas Merek, Personal Selling, dan Harga Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Takaful Dana Pendidikan pada Asuransi Takaful Keluarga Kantor Representatif Kebumen*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Semarang: Universitas Diponegoro, Vol. 4, No. 4
- Weston, Fred. 2008 . J dan Thomas, E Copeland. "Principles of Managerial Finance." International Edition. 10th Edition. Boston: Pearson Education
- William J. Stanton. 2011. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga
- Wuryanti Koentjoro. 2009. *Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Yang Syar'i Pemegang Polis Asuransi Syariah*. *Ekobis, Jurnal Ekonomi* Vol.10, No.2, 375-385, 2009). Semarang : Progam Sarjana Universitas Islam Sultan Agung Semarang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau
Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUISIONER

Kepada,

Yth Bapak/ibu/Saudara/i Responden

PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru

Kuesioner Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan

Nasabah Pada Pt. Asuransi Takaful Keluarga Ro Riau Agency

Pekanbaru

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden yang terhormat,

Saya adalah Sesmaniar Mahasiswa pascasarjana Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim dengan NIM.21790325784 , sedang mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tesis dengan judul: “Pengaruh Kulitas Pelayanan, Loyalitas dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru.

Sehubungan dengan tujuan tersebut, saya membutuhkan bantuan bapak/ibu untuk dapat menjadi responden dalam mengisi kuesioner penelitian sebagaimana yang terlampir dibawah ini. Sesuai dengan etika penleitian, saya akan menjaga kerahasiaan jawaban Bapak/ibu/Saudara/i responden.

Atas kesediaan dan bantuan yang diberikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

SESMANIAR
NIM. 21790325784



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagian 1

Profil Responden

Berilah tanda checklist (V) pada pernyataan dibawah ini yang anda anggap paling sesuai dengan kenyataan yang pekerjaan anda sebagai agen secara jujur dengan memilih alternatif sebagai berikut:

Nama responden :

Jenis Kelamin :

- ☐ Laki – Laki
☐ Perempuan

Pendidikan

- ☐ SMA
☐ S1
☐ S2
☐ S3

Usia

- ☐ <20 Tahun
☐ 20-30 Tahun
☐ 31-40 Tahun
☐ >40 Tahun

Berapa lama bergabung di PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?

Kenapa tertarik menjadi nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru?

Bagian II

Tanggapan Responden mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Ro Riau Agency Pekanbaru

Jawablah pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda checklist (✓) pada alternatif jawaban yang sudah disediakan. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju,
N : Netral
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

Diharap untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

1. DAFTAR PERNYATAAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN VARIABEL X_1

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Bukti Langsung (<i>Tangibels</i>)					
1	Ruangan Pelayanan bersih dan Rapi					
2	Penampilan Karyawan Rapi dan Bersih					
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
3	Prosedur pelayanan cepat dan tepat.					
4	Kecepatan, ketetapan dan pelayanan yang ramah					
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)					
5	Kemampuan Karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan Nasabah					
6	Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah					
	Assurance (<i>Jaminan</i>)					
7	Karyawan memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik dalam melayani nasabah.					
8	Karyawan memiliki kemampuan komunikasi yang					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	efektif dengan nasabah.					
	Empati (Empathy)					
9	Karyawan memberikan perhatian dengan setulus hati dalam melayani nasabah					
10	Karyawan memberikan perhatian dan kesungguhan dalam melayani nasabah					

2. DAFTAR PERNYATAAN TENTANG LOYALITAS

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Trust					
1	Menurut saya, Membuka Polis di Takaful Keluarga Riau Agency ini adalah pilihan yang tepat.					
2	Saya tidak ingin Membuka Polis ditempat lain.					
	Emotion Commitment					
3	Saya Senang dengan keramahan karyawan di Takaful Keluarga RO.Riau Agency					
4	Saya Senang dengan pengurusan klaim maupun membuka polis di Takaful Keluarga RO.Riau tidak menyulitkan					
	Switching cost					
5	Saya Tidak pernah merisaukan biaya administrasi jika saya mengurus klaim di Takaful Keluarga RO Riau Agency					
6	Saya tidak pernah memperlmasalahkan terkait kenaikan biaya kontribusi karena disampaikan dengan jelas dan transparansi					
	Word of mouth					
7	Saya sering menceritakan pengalaman klaim yang cepat dan tidak ribet di Takaful Keluarga RO Riau Agency kepada teman-teman saya.					
8	Saya sangat merekomendasikan Takaful Keluarga RO Riau Agency kepada teman-teman saya.					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cooperation					
9	Saya selalu memberikan ide dan saran yang lebih baik untuk Takaful Keluarga RO Riau Agency agar menjadi yang lebih baik				
10	Saya selalu membicarakan kepada pihak Takaful Keluarga RO Riau Agency jika ada masalah yang membuat saya kurang nyaman.				

3. DAFTAR PERNYATAAN TENTANG PREMI

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	SS
	Tabel Mortalitas					
1	PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency untuk mengetahui perkiraan “harapan hidup” orang yang ditanggungnya dengan menggunakan tabel mortalitas					
2	Hasil-hasil perhitungan diketahui oleh aktuaris dan pihak yang berwenang.					
	Asumsi Bagi Hasil					
2	PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency menghitung bagi hasil dan pembagian antara investasi dan proteksi melalui ilustrasi.					
3	Dana asuransi takaful yang terhimpun dikelola konsep mudharabah/ Bagi Hasil.					
	Biaya-Biaya Asuransi					
4	Biaya operasional Asuransi PT.Takaful Keluarga RO Riau Agency Adil Dan Tidak Menzalimi Peserta.					
5	Adanya dewan pengawas syariah yang mengawasi jalannya pengoperasionalan perusahaan termasuk biaya-biaya operasionalnya.					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. DAFTAR PERNYATAAN TENTANG KEPUASAN NASABAH

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Kesesuaian Harapan					
	Pelayanan yang diberikan oleh pegawai PT. Asuransi Takaful merupakan pengalaman yang menyenangkan					
	Pelayanan yang di berikan pegawai PT. Asuransi Takaful Keluarga telah memenuhi harapan saya					
	Minat Berkunjung					
	Saya merasa senang dengan suasana ruangan PT. Asuransi Takaful					
	Saya senang dengan kemampuan PT. Asuransi Takaful selalu siap menghadapi keluhan nasabah					
	Kesediaan Merekomendasikan					
	Saya senang dengan taggung jawab PT. Asuransi Takaful sehingga bisa untuk merekomendasikan ke calon nasabah lainnya					
	PT. Asuransi Takaful Keluarga memberikan kenyamanan dan kepuasan yang istimewa bagi saya sehingga saya akan mempromosikannya kepada orang lain menggunakan layanan asuransi ini					

Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Nasabah (Y)

NO	Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah	Bobot	Rata - rata
		SS	S	N	TS	STS			
Kesesuaian Harapan									
1	Pelayanan yang diberikan oleh pegawai PT. Asuransi Takaful merupakan pengalaman yang menyenangkan	23 (27,1%)	45 (52,9%)	15 (17,6%)	2 (2,4%)	0 (0%)	85 100%	344	4,05
2	Pelayanan yang di berikan pegawai PT. Asuransi Takaful Keluarga telah memenuhi harapan saya	20 (23,5%)	57 (67,1%)	8 (9,4%)	0 (0%)	0 (0%)	85 100%	352	4,14
Minat Berkunjung									
3	Saya merasa senang dengan suasana ruangan PT. Asuransi Takaful	16 (18,8%)	49 (57,6%)	20 (23,5%)	0 (0%)	0 (0%)	85 100%	336	3,95
4	Saya senang dengan kemampuan PT. Asuransi Takaful selalu siap menghadapi keluhan nasabah	14 (16,5%)	49 (57,6%)	21 (24,7%)	1 (1,2%)	0 (0%)	85 100%	331	3,89
Kesediaan Merekomendasikan									
5	Saya senang dengan taggung jawab PT. Asuransi Takaful sehingga bisa untuk merekomendasikan ke calon nasabah lainnya	23 (27,1%)	50 (58,8%)	12 (14,1%)	0 (0%)	0 (0%)	85 100%	351	4,13
6	PT. Asuransi Takaful Keluarga memberikan kenyamanan dan kepuasan yang istimewa bagi saya sehingga saya akan mempromosikannya kepada orang lain menggunakan layanan asuransi ini	14 (16,5%)	48 (56,5%)	21 (24,7%)	2 (2,4%)	0 (0%)	85 100%	329	3,87
	TOTAL	110	298	97	5	0	510	2043	4,01
	PERSENTASE	21,57	58,43	19,02	0,98	0	100%		

Sumber: Data Primer Olahan, 2021

- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X₁)

NO	Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah	Bobot	Rata - rata
		SS	S	N	TS	STS			
Bukti Langsung (Tangibels)									
1	Ruangan Pelayanan bersih dan Rapi	36 (42,4%)	26 (30,6%)	20 (23,5%)	3 (3,5%)	0 (0%)	85 100%	350	4,12
2	Penampilan Karyawan Rapi dan Bersih	27 (31,8%)	33 (38,8%)	23 (27,1%)	2 (2,4%)	0 (0%)	85 100%	340	4,00
Kehandalan (Reliability)									
3	Prosedur pelayanan cepat dan tepat	34 (40,0%)	29 (34,1%)	20 (23,5%)	2 (2,4%)	0 (0%)	85 100%	350	4,12
4	Kecepatan, ketetapan dan pelayanan yang ramah	32 (37,6%)	19 (22,4%)	22 (25,9%)	11 (12,9%)	1 (1.2%)	85 100%	325	3,82
Daya Tanggap (Responsiveness)									
5	Kemampuan Karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan Nasabah	38 (44,7%)	24 (28,2%)	23 (27,1%)	0 (0%)	0 (0%)	85 100%	355	4,18
6	Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah	23 (27,1%)	40 (47,1%)	16 (18,8%)	6 (7,1%)	0 (0%)	85 100%	335	3,94
Assurance (Jaminan)									
7	Karyawan memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik dalam melayani nasabah	33 (38,8%)	18 (21,2%)	26 (30,6%)	7 (8,2%)	1 (1.2%)	85 100%	330	3,88
8	Karyawan memiliki kemampuan komunikasi yang efektif dengan nasabah	30 (35,3%)	37 (43,5%)	16 (18,8%)	2 (2,4%)	0 (0%)	85 100%	350	4,12
Empati (Empathy)									
9	Karyawan memberikan perhatian dengan setulus hati dalam melayani nasabah	35 (41,2%)	27 (31,8%)	21 (24,7%)	2 (2,4%)	0 (0%)	85 100%	350	4,12
10	Karyawan memberikan perhatian dan kesungguhan dalam melayani nasabah	30 (35,3%)	33 (38,8%)	22 (25,9%)	0 (0%)	0 (0%)	85 100%	348	4,09
TOTAL		318	286	209	35	2	850	3433	4.04
PERSENTASE		37,41	33,65	24,59	4,12	0.24	100%		

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tanggapan Responden Tentang Loyalitas X2

NO	Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah	Bobot	Rata - rata
		SS	S	N	TS	STS			
Trust									
1	Menurut saya, Membuka Polis di Takaful Keluarga Riau Agency ini adalah pilihan yang tepat	35 (41,2%)	28 (32,9%)	22 (25,9%)	0 (0%)	0 (0%)	85 100%	353	4,15
	2	Saya tidak ingin Membuka Polis ditempat lain	33 (38,8%)	31 (36,5%)	19 (22,4%)	2 (2,4%)	0 (0%)	85 100%	350
Emotion Commitment									
3	Saya Senang dengan keramahan karyawan di Takaful Keluarga RO.Riau Agency	25 (29,4%)	36 (42,4%)	23 (27,1%)	1 (1,2%)	0 (0%)	85 100%	340	4,00
4	Saya Senang dengan pengurusan klaim maupun membuka polis di Takaful Keluarga RO.Riau tidak menyulitkan	29 (37,6%)	34 (22,4%)	20 (25,9%)	2 (12,9%)	0 (0%)	85 100%	345	4,06
Switching cost									
5	Saya Tidak pernah merisaukan biaya administrasi jika saya mengurus klaim di Takaful Keluarga RO Riau Agency	28 (32,9%)	18 (21,2%)	24 (28,2%)	12 (14,1%)	3 (3,5%)	85 100%	311	3,66
6	Saya tidak pernah mempermasalahkan terkait kenaikan biaya kontribusi karena disampaikan dengan jelas dan transparansi	35 (41,2%)	28 (32,9%)	22 (25,9%)	0 (0%)	0 (0%)	85 100%	353	4,15
Word of mouth									
7	Saya sering menceritakan pengalaman klaim yang cepat dan tidak ribet di Takaful Keluarga RO Riau Agency kepada teman-teman saya	22 (25,9%)	40 (47,1%)	16 (18,8%)	7 (8,2%)	0 (0%)	85 100%	332	3,91
8	Saya sangat merekomendasikan Takaful Keluarga RO Riau Agency kepada teman-teman saya	29 (34,1%)	18 (21,2%)	27 (31,8%)	8 (9,4%)	3 (3,5%)	85 100%	317	3,73
Cooperation									
9	Saya selalu memberikan ide dan saran yang lebih baik	24 (28,2%)	43 (50,6%)	16 (18,8%)	2 (2,4%)	0 (0%)	85 100%	344	4,05

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

10	untuk Takaful Keluarga RO Riau Agency agar menjadi yang lebih baik								
	Saya selalu membicarakan kepada pihak Takaful Keluarga RO Riau Agency jika ada masalah yang membuat saya kurang nyaman	30 (35,3%)	32 (37,6%)	21 (24,7%)	2 (2,4%)	0 (0%)	85 100%	345	4,06
	TOTAL	290	308	210	36	6	850	3390	3.99
	PERSENTASE	34,12	36,24	24,71	4,24	0,71	100%		

Sumber: Data Primer Olahan, 2021

Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Premi x3

NO	Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah	Bobot	Rata - rata
		SS	S	N	TS	STS			
Tabel Mortalitas									
1	PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency untuk mengetahui perkiraan “harapan hidup” orang yang ditanggungnya dengan menggunakan tabel mortalitas	22 (25,9%)	42 (49,4%)	21 (24,7%)	0 (0%)	0 (0%)	85 100%	341	4,01
2	Hasil-hasil perhitungan diketahui oleh aktuaris dan pihak yang berwenang	20 (23,5%)	44 (51,8%)	17 (20,0%)	4 (4,7%)	0 (0%)	85 100%	335	3,94
Asumsi Bagi Hasil									
3	PT.Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency menghitung bagi hasil dan pembagian antara investasi dan proteksi melalui ilustrasi	38 (44,7%)	31 (36,5%)	16 (18,8%)	0 (0%)	0 (0%)	85 100%	362	4,26
4	Dana asuransi takaful yang terhimpun dikelola konsep mudharabah/ Bagi Hasil	20 (23,5%)	49 (57,6%)	15 (17,6%)	1 (1,2%)	0 (0%)	85 100%	343	4,04
Biaya-Biaya Asuransi									
5	Biaya operasional Asuransi PT.Takaful Keluarga RO Riau Agency Adil Dan Tidak Menzalimi Peserta	23 (27,1%)	44 (51,8%)	17 (20,0%)	1 (1,2%)	0 (0%)	85 100%	344	4,05
6	Adanya dewan pengawas syariah yang mengawasi jalannya pengoperasionalan	21 (24,7%)	48 (56,5%)	15 (17,6%)	1 (1,2%)	0 (0%)	85 100%	344	4,05

1. Dituntut untuk mengungkap atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan termasuk biaya-biaya operasionalnya									
TOTAL	144	258	101	7	0	510			
PERSENTASE	28,24	50,59	19,80	1,37	0	100%	2069	4,06	

Sumber: Data Primer Olahan, 2021

1. Validitas dan Reabilitas

a. Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.531**	.474**	.298**	.344**	.149	.719**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.001	.173	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.2	Pearson Correlation	.531**	1	.344**	.293**	.520**	.138	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.006	.000	.209	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.3	Pearson Correlation	.474**	.344**	1	.205	.448**	.246*	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.060	.000	.023	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.4	Pearson Correlation	.298**	.293**	.205	1	.144	.474**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.006	.006	.060		.187	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.5	Pearson Correlation	.344**	.520**	.448**	.144	1	.172	.650**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.187		.116	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.6	Pearson Correlation	.149	.138	.246*	.474**	.172	1	.569**
	Sig. (2-tailed)	.173	.209	.023	.000	.116		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
TOTAL.Y	Pearson Correlation	.719**	.693**	.689**	.622**	.650**	.569**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

1. Diarahkan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.732	.737	6

b. Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.691**	.640**	.644**	.644**	.581**	.568**	.334**	.661**	.360**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.001	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.2	Pearson Correlation	.691**	1	.606**	.617**	.653**	.580**	.593**	.289**	.613**	.440**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.3	Pearson Correlation	.640**	.606**	1	.411**	.843**	.495**	.397**	.544**	.855**	.377**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.4	Pearson Correlation	.644**	.617**	.411**	1	.457**	.632**	.927**	.199	.454**	.375**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.068	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.5	Pearson Correlation	.644**	.653**	.843**	.457**	1	.461**	.440**	.545**	.863**	.395**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.6	Pearson Correlation	.581**	.580**	.495**	.632**	.461**	1	.602**	.219*	.471**	.308**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.044	.000	.004	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.7	Pearson Correlation	.568**	.593**	.397**	.927**	.440**	.602**	1	.101	.404**	.329**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.356	.000	.002	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.8	Pearson Correlation	.334**	.289**	.544**	.199	.545**	.219*	.101	1	.535**	.539**	.546**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.000	.068	.000	.044	.356		.000	.000	.000

[illegible]

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Items	N of Items
.912	.913	10

c. Loyalitas (X2)

Correlations

[illegible]



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merusakan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengsumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pearson Correlation	.379**	.547**	.525**	.315**	1	.379**	.575**	.949**	.058	.358**	.736**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003		.000	.000	.000	.596	.001	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.927**	.624**	.598**	.846**	.379**	1	.421**	.343**	.534**	.866**	.847**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.421**	.548**	.584**	.435**	.575**	.421**	1	.556**	.096	.428**	.695**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.381	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.343**	.471**	.492**	.285**	.949**	.343**	.556**	1	-.027	.292**	.689**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.008	.000	.001	.000		.809	.007	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.573**	.217*	.180	.495**	.058	.534**	.096	-.027	1	.505**	.444**
Sig. (2-tailed)	.000	.046	.098	.000	.596	.000	.381	.809		.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.866**	.620**	.579**	.861**	.358**	.866**	.428**	.292**	.505**	1	.824**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.007	.000		.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.853**	.783**	.773**	.810**	.736**	.847**	.695**	.689**	.444**	.824**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Based on Standardized Items	N of Items
.906	.913	10

d. Premi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.484**	.384**	.530**	.875**	.531**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

X3.2	Pearson Correlation	.484**	1	.453**	.656**	.546**	.660**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3.3	Pearson Correlation	.384**	.453**	1	.594**	.364**	.607**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3.4	Pearson Correlation	.530**	.656**	.594**	1	.571**	.976**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3.5	Pearson Correlation	.875**	.546**	.364**	.571**	1	.570**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3.6	Pearson Correlation	.531**	.660**	.607**	.976**	.570**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
TOTAL.X3	Pearson Correlation	.790**	.790**	.695**	.877**	.815**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.892	.895	6

2. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

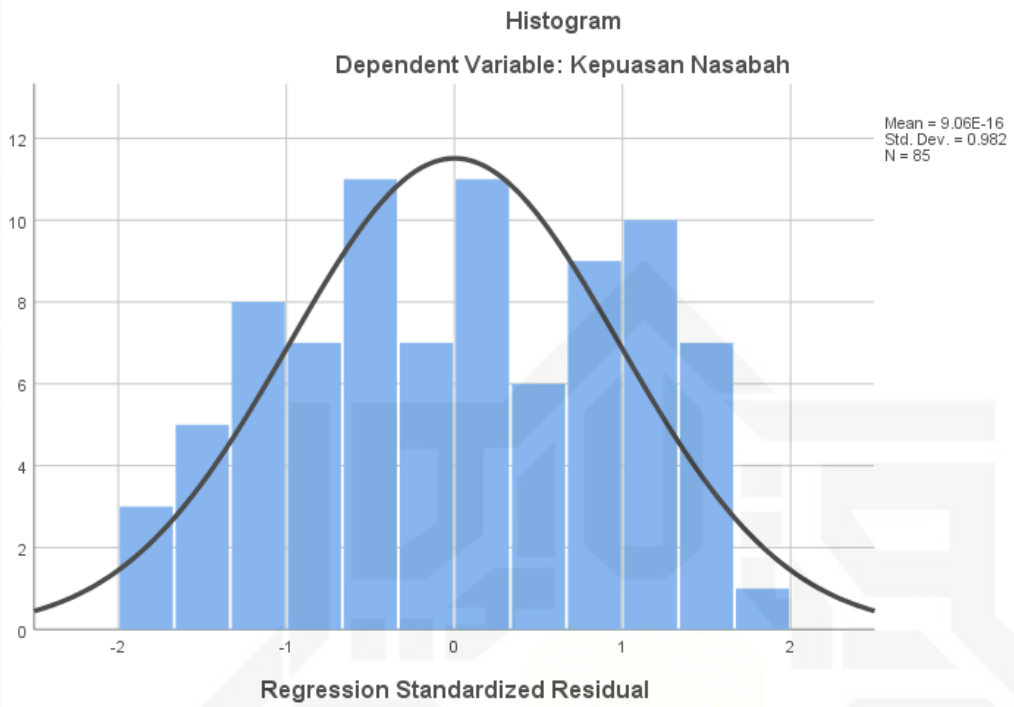
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Nasabah	85	18	30	24.04	2.598
Kualitas Pelayanan	85	28	50	40.39	6.683
Loyalitas	85	28	50	39.88	6.594
Premi	85	15	30	24.34	3.531
Valid N (listwise)	85				

3. Asumsi Klasik

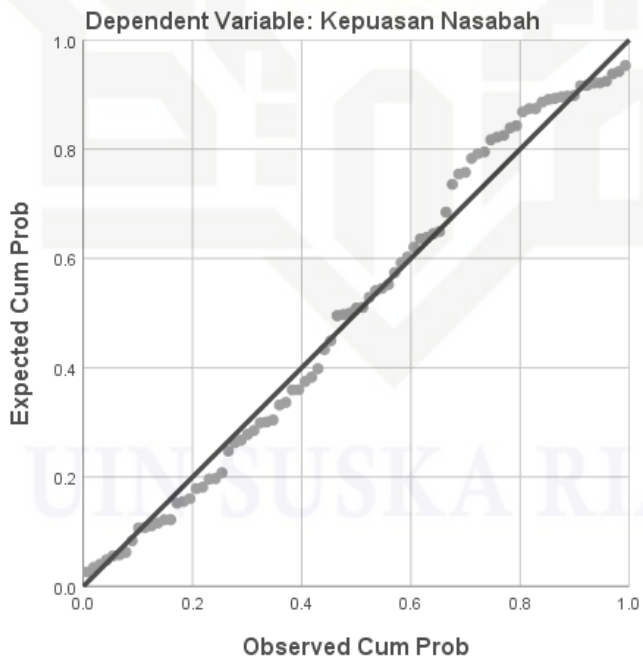
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Normalitas Data



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38253826
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.055
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

b. Multikolinearitas

		Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.018			
	Kualitas Pelayanan	.000	.843	1.187	
	Loyalitas	.002	.960	1.042	
	Premi	.000	.816	1.226	

- a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

c. Heteroskedastisitas

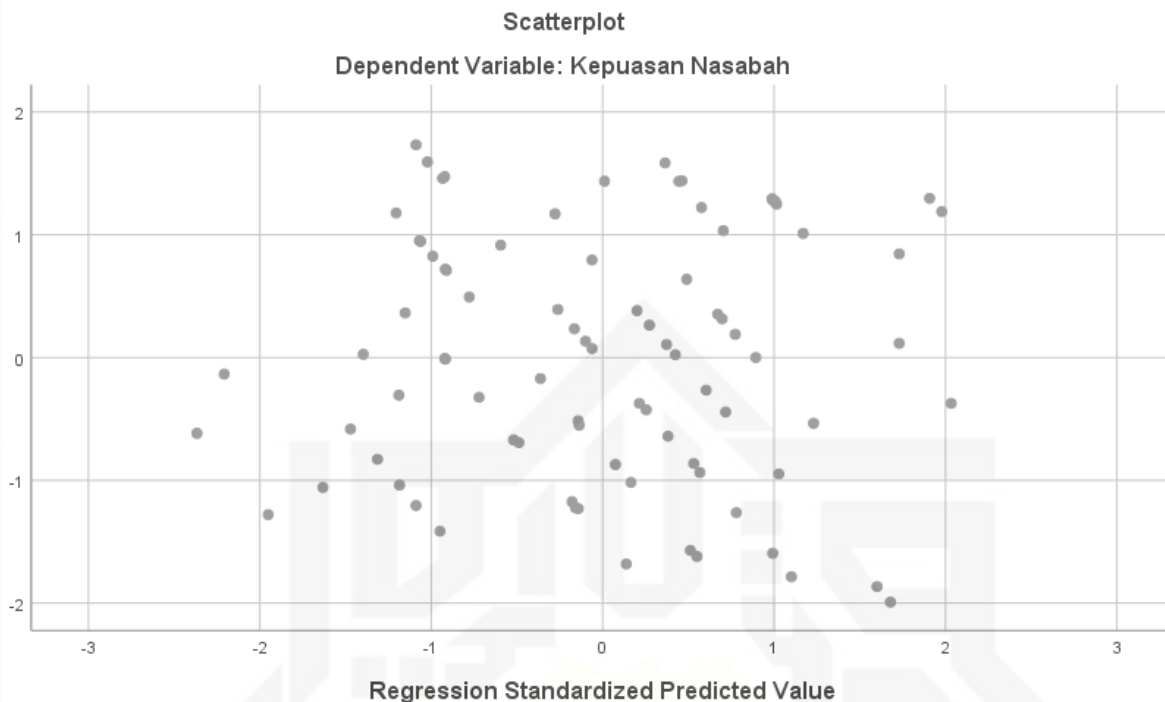
- Heteroskedastisitas Scatterplot

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



• Heteroskedastisitas Glejser

State Islar

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.874	.816		1.071	.287		
Kualitas Pelayanan	.005	.013	.043	.374	.709	.843	1.187
Loyalitas	-.021	.012	-.190	-1.756	.083	.960	1.042
Premi	.039	.024	.187	1.598	.114	.816	1.226

a. Dependent Variable: abs_res

d. Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.847 ^a	.717	.706	1.408	1.809

a. Predictors: (Constant), Premi, Loyalitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

4. Analisis Regresi Linier Berganda



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.934	1.628	
	Kualitas Pelayanan	.199	.025	.512
	Loyalitas	.078	.024	.198
	Premi	.368	.048	.500

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Parsial (T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.934	1.628		2.416	.018		
	Kualitas Pelayanan	.199	.025	.512	7.943	.000	.843	1.187
	Loyalitas	.078	.024	.198	3.277	.002	.960	1.042
	Premi	.368	.048	.500	7.641	.000	.816	1.226

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Uji Hipotesis Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	406.336	3	135.445	68.331	.000 ^b
	Residual	160.559	81	1.982		
	Total	566.894	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Premi, Loyalitas, Kualitas Pelayanan

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.717	.706	1.408



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Predictors: (Constant), Premi, Loyalitas, Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	Y	X1	X2	X3
1	22	34	44	24
2	24	43	47	28
3	25	46	44	30
4	28	44	42	28
5	22	34	30	23
6	23	30	47	23
7	27	46	28	26
8	22	28	49	26
9	22	43	34	25
10	23	34	44	21
11	25	42	43	24
12	26	47	49	23
13	23	45	30	27
14	25	31	34	29
15	20	34	31	24
16	19	32	31	21
17	22	33	40	24
18	25	39	48	25
19	26	46	43	28
20	25	42	29	28
21	21	29	37	24
22	24	36	38	21
23	22	39	40	24
24	23	49	44	18
25	24	43	42	24
26	25	42	34	29
27	19	34	38	15
28	26	37	47	30
29	25	47	30	29
30	18	30	39	16
31	22	39	41	24
32	23	42	34	28
33	23	35	45	24
34	24	45	40	25
35	25	40	45	26
36	27	45	47	23
37	26	47	37	26
38	22	39	50	22
39	25	50	36	30
40	21	35	30	21
41	20	31	30	25
42	24	31	30	25
43	18	31	34	19
44	23	34	50	21
45	28	50	46	30
46	28	46	32	29
47	20	32	45	19
48	28	44	46	27
49	24	46	29	27

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

50	20	30	44	22
51	24	43	32	24
52	20	32	40	21
53	23	39	41	24
54	24	41	40	23
55	24	42	30	24
56	22	31	49	22
57	29	49	40	30
58	25	39	48	23
59	24	48	47	20
60	24	46	41	27
61	22	41	47	17
62	28	47	34	29
63	24	34	41	24
64	30	49	45	30
65	24	33	34	24
66	23	35	30	23
67	23	30	34	24
68	30	49	47	30
69	23	45	46	21
70	27	45	46	24
71	25	46	47	21
72	26	46	41	24
73	23	31	40	23
74	27	50	30	24
75	23	31	49	22
76	28	49	40	30
77	24	39	48	23
78	24	48	47	21
79	28	46	41	27
80	24	41	47	17
81	23	47	34	23
82	26	48	41	24
83	27	40	34	30
84	26	49	34	21
85	25	50	34	24

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

b. Pengutipan tidak merujuk ke UIN Suska Riau.

No	Kepuasan Nasabah (Y)						TOTAL	Kualitas Pelayanan (X1)										TOTAL	Loyalitas (X2)										TOTAL	Premi (X3)						TOTAL
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	4	3	4	3	4	4	22	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	34	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	44	4	4	4	4	4	4	24
2	3	5	3	4	5	4	24	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	43	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	47	5	5	5	4	5	4	28
3	4	4	5	4	4	4	25	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	46	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	44	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	44	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42	5	4	5	4	5	5	28
5	4	4	4	3	4	3	22	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	34	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	30	4	3	4	4	4	4	23
6	5	4	4	4	3	3	23	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	30	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47	3	4	4	4	4	4	23
7	5	4	5	4	5	4	27	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	28	4	5	5	4	4	4	26
8	4	4	3	3	4	4	22	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5	3	5	4	5	4	26
9	4	4	4	4	4	3	22	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	43	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	34	5	4	4	4	4	4	25
10	5	4	4	3	4	3	23	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	34	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44	4	3	4	3	4	3	21
11	4	4	4	5	4	4	25	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	5	3	5	3	26	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5	4	3	3	5	3	23
13	4	4	4	3	4	4	23	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	45	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	30	4	4	5	5	4	5	27
14	4	4	4	4	5	4	25	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	31	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	34	5	5	4	5	5	5	29
15	3	4	3	4	3	3	20	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	34	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31	4	4	4	4	4	4	24
16	3	3	3	3	3	4	19	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32	3	3	2	3	3	3	3	3	5	3	31	3	4	3	4	3	4	21
17	4	4	3	4	4	4	22	3	2	3	3	3	3	3	5	3	5	33	5	5	4	5	2	5	2	2	5	5	40	4	4	4	4	4	4	24
18	5	5	5	3	5	2	25	5	4	5	2	5	2	2	5	5	4	39	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48	5	4	3	4	5	4	25
19	4	4	5	4	5	3	26	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	46	5	4	4	5	3	5	4	3	5	5	43	4	5	5	5	4	5	28
20	4	5	4	3	5	3	25	4	4	5	3	5	4	3	5	5	4	42	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29	5	4	4	5	5	5	28
21	3	4	3	4	3	4	21	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37	4	3	5	4	4	4	24
22	4	5	4	2	5	4	24	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	36	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38	4	3	4	3	4	3	21
23	3	4	3	3	5	4	22	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24
24	3	3	4	4	5	4	23	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	5	5	4	5	3	5	4	3	5	5	44	3	3	3	3	3	3	18
25	5	4	4	4	4	3	24	5	4	5	3	5	4	3	5	5	4	43	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	34	4	5	5	5	5	5	29
27	3	3	3	3	3	4	19	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	34	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38	3	2	3	2	3	2	15
28	4	4	5	4	4	5	26	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47	5	5	5	5	5	5	30
29	5	4	4	5	2	2	25	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	5	4	5	5	5	5	29
30	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39	3	2	3	3	2	3	16
31	4	4	4	4	4	4	22	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	4	4	4	4	4	4	24
32	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	34	5	5	5	4	5	4	28
33	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	2	4	2	2	4	4	5	35	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	5	4	4	3	24	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	5	4	4	4	4	25
35	5	5	5	3	4	3	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45	4	5	5	4	4	4	26
36	4	4	5	5	4	5	27	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	47	4	4	3	4	4	4	23
37	4	4	4	5	5	4	26	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47	3	4	4	3	5	3	4	5	3	3	37	4	5	5	4	4	4	26
38	4	3	4	4	3	4	22	4	4	3	5	3	4	5	3	3	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	3	4	3	4	22
39	4	4	4	4	5	4	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	36	5	5	5	5	5	5	30
40	3	4	4	4	3	3	21	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	35	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	30	4	3	4	3	4	3	21
41	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	31	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	30	4	4	5	4	4	4	25
42	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	5	4	4	4	5	3	25
43	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	34	3	4	3	3	3	3	19
44	5	4	4	3	4	3	23	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	3	3	4	3	21
45	5	4	5	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	46	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	32	5	4	5	5	5	5	29
47	3	4	3	4	3	3	20	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	32	5	5	5	5	4	5	2	4	5	5	45	3	3	4	3	3	3	19
48	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	4	5	2	4	5	5	4	44	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	46	4	5	5	4	5	4	27
49	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	29	4	5	4	5	4	5	27

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



LANGUAGE DEVELOPMENT CENTER

STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF SULTAN SYARIF KASIM RIAU

مركز ترقية اللغة لجامعة سلطان شريف قاسم الحكوميه الاسلاميه

CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

Name : Sesmaniar

ID Number : 21790325784

Date of Birth : July 13, 1977

Sex : Female

Test Form : Paper Based Test

Achieved the following scores on the

English Proficiency Test

Listening Comprehension : 49

Structure & Written Expressions : 51

Reading Comprehension : 54

Overall Score : 513

Expire Date : March 09, 2021



English Proficiency Tests® Certificate Provided by

Language Development Center of State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau.

The scores and information presented in this score report are approved.

Address : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28128 PO BOX 1004

HP 0852 7144 0823 Fax. (0761) 858832

Email : info@pusat-bahasa.info Website : pusat-bahasa.info

The Head of Language Development Center



Mahyudin Syukri, M. Ag

NIP. 19720421 200604 1 003

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



LANGUAGE DEVELOPMENT CENTER

STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF SULTAN SYARIF KASIM RIAU

مركز ترقية اللغة لجامعة سلطان شريف قاسم الاسلاميه الحكوميه



SERTIFIKAT

ARABIC PROFICIENCY TEST

DIBERIKAN KEPADA

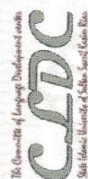
Sesmaniar

Nomor ID : 217901325784
Jenis Kelamin : Perempuan
Tanggal Lahir : 13 Juli 1977

بيان النتائج لاختبار اللغة العربية لمعرفة الكفاءة اللغوية

الاستماع : 47
القراءة : 37
القواعد : 40
النتيجة : 413

Berlaku Hingga : 10 Maret 2021



Arabic Proficiency Test Certificate Provided by
Language Development Center of State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau.
The scores and information presented in this score report are approved.
Address : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28128 PO BOX 1004 HP. 0852 7144 0823
Email : info@pusat-bahasa.info Website : pusat-bahasa.info



Mahyudin Syukri, M.Ag
The Head of Language Development Center



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmtsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/0
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN TESIS**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Direktur Progam Pascasarjana Program studi Ekonomi Syariah, Nomor : 136/Un.04/PS/PP.00.9/2021 Tanggal 20 Januari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

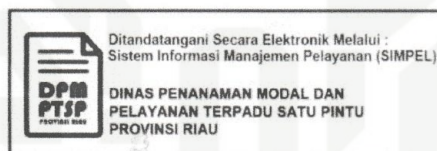
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : SESMANIR |
| 2. NIM / KTP | : 21790325784 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Konsentrasi | : EKONOMI SYARIAH |
| 5. Jenjang | : S2 |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOYALITAS DAN PREMI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA RO RIAU AGENCY PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA RO. RIAU AGENCY |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 10 Februari 2021



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Asuransi Takaful Keluarga RO. Riau Agency di Pekanbaru
3. Direktur Progam Pascasarjana Program studi Ekonomi Syariah di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

c. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

d. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

e. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

f. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

g. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

h. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

i. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

j. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

k. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

l. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

m. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

n. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

o. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

p. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

q. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

r. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

s. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

t. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

u. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

v. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

w. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

x. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

y. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

z. Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber dan menyebutkan sumber.

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
Phone & Facs, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

UN SUSKA RIAU

Copyright © 2015 by UIN Sunan Kalijaga Semarang
Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau

Nomor : 136/Un.04/Ps/PP.00.9/2021
Lamp. : 1 berkas
Hal : Izin Melakukan Kegiatan Riset Tesis/Disertasi

Pekanbaru, 20 Januari 2021

Kepada
Yth. Gubernur Riau
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
Satu Pintu Riau
Pekanbaru

Dengan hormat, dalam rangka penulisan tesis/disertasi, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengizinkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama : SESMANIAR
NIM : 21790325784
Program Studi : Ekonomi Syariah S2
Semester/Tahun : VII (Tujuh) / 2021
Judul Tesis/Disertasi : PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN, LOYALITAS DAN PREMI
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA
PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA RO
RIAU AGENCY PEKANBARU

untuk melakukan penelitian sekaligus pengumpulan data dan informasi yang diperlukannya dari JL. Todak/ Jl. Udang Putih No. 1 Tangkerang Barat Kec Marpoyan Damai Kota Pekanbaru- Riau

Waktu Penelitian: 3 Bulan (19 Januari 2021 s.d 19 Maret 2021)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wasalam
Direktur,

Prof. Dr. Afrizal. M, MA
NIP. 19591015 198903 1 001



UIN SUSKA RIAU

KARTU KONTROL KONSULTASI

BIMBINGAN TESIS / DISERTASI MAHASISWA

NAMA

NIM

PROGRAM STUDI

KONSENTRASI

PEMBIMBING I / PROMOTOR

PEMBIMBING II / CO PROMOTOR

JUDUL TESIS/DISERTASI

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Staf PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIODATA PENULIS



Nama : Sesmaniar
 Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru, 13 Juli 1977
 Pekerjaan : Swasta
 Alamat Rumah : Jl. Inpres Gg. Masjid Rt/Rw 003/008 Kel. Maharatu Kec. Marpoyan Damai Kota Pekanbaru
 No.Telp/Hp : 0812 6822 910
 Nama Orang Tua : a. Ayah : Alm. Basri St.Nagari
 b. Ibu : Nurti
 Nama Suami : Japrialdi
 Nama Anak : M. Faridz Maulana

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SDN 011 Rumbai Lulus Tahun 1991
 SLTP : MTs Taufiq Rumbai Lulus Tahun 1994
 SLTA : MAN 1 Pekanbaru Lulus Tahun 1997
 (S1) : UIN SUSKA Lulus Tahun 2001

RIWAYAT PEKERJAAN

- Kependidikan di STKIP Aisyiyah Riau
- Anggota DPRD Prop. Riau
- Manajer Keuangan LAZISNU Riau

PENGALAMAN ORGANISASI

- PW IRM Riau sebagai Bendahara
- PD Nasyiah Kota Pekanbaru sebagai Sekretaris
- PW Nasyiah Riau Sebagai WK. Ketua
- PD Aisyiyah Kota Pekanbaru Sebagai WK. Sekretaris
- PW. GMPI Riau sebagai bendahara

KARYA ILMIAH

Intervensi Negara Terhadap Hak Individu Sebagai Praktisi Ekonomi (Studi Analisis Menurut Perspektif Hukum Islam)