

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN ASURANSI TAKAFUL KELUARGA DI YOGYAKARTA



JURNAL PENELITIAN

Disusun Oleh :

Nama : Tengku Hilman W

Nomor Mahasiswa : 11311197

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2016

PENGESAHAN

Analisis Kualitas Pelayanan Asuransi Takaful Keluarga Di Yogyakarta

Nama : Tengku Hilman Wizal

Nomor Mahasiswa : 11311197

Jurusan : Manajemen

Yogyakarta, 20 Desember 2016
telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing



Mochamad Nasito, Drs., M.M

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN ASURANSI TAKAFUL KELUARGA DI YOGYAKARTA

Nama :Tengku Hilman Wizal
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
E-mail : Tengkuhilman@me.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul “Analisis Kualitas Pelayanan Asuransi Takaful Keluarga Di Yogyakarta”. Tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen mengenai kualitas pelayanan jasa Asuransi Takaful Keluarga, Untuk mengetahui kinerja kualitas pelayanan jasa Asuransi Takaful Keluarga yang diharapkan oleh konsumen setelah menerima pelayanan jasa Asuransi Takaful Keluarga, dan Untuk mengetahui faktor-faktor yang harus diperbaiki dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh Asuransi Takaful Keluarga

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Asuransi Takaful Keluarga. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen Asuransi Takaful Keluarga. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode servqual.

Hasil penelitian ini adalah Tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Asuransi Takaful Syariah adalah sebesar 3,81. Faktor-faktor yang perlu diperbaiki dalam pelayanan jasa adalah indikator yang mempunyai nilai gap negatif seperti Indikator “Teknologi informasi yang dignakan” dengan skor gap -0,2, Indikator “kecepatan karyawan dalam pelayanan” dengan skor gap -0,15, Indikator “karyawan menangani masalah dengan segera” dengan skor gap -0,21, Indikator “ketersediaan membantu konsumen” dengan skor gap -0,23, Indikator ”Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan” dengan skor gap -0,33, Indikator “karyawan yang professional dibidangnya” dengan skor gap -0,31, Indikator “konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi.” dengan skor gap -0,21 dan Indikator “Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan” dengan skor gap -0,52 dan Indikator “Kemudahan dalam pembayaran” dengan skor gap -0,42”.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Metode Servqual

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan didirikan pada umumnya bertujuan untuk memperoleh laba. Disamping itu juga bertujuan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dengan baik agar perusahaan dapat berkembang sesuai dengan kegiatan yang dijalankan pada waktu yang akan datang. Dengan adanya harapan tersebut maka perusahaan diharuskan dan dituntut untuk dapat mengambil tindakan dan kebijakan yang tepat dalam segala aktivitasnya.

Perusahaan umumnya memperoleh pendapatan diperoleh dari transaksi barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Saat ini perusahaan jasa berkembang dengan pesatnya. Hal ini tidak lepas dari masyarakat yang semakin membutuhkan jasa atau pelayanan yang beragam. Konsumen akan bersedia menggunakan jasa atau pelayanan dari suatu perusahaan jasa bila mereka yakin bahwa mereka akan mendapatkan manfaat dan puas dengan jasa yang disampaikan tersebut.

Salah satu bentuk perusahaan jasa adalah perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang mempunyai peranan yang tidak jauh berbeda dari bank, yaitu bergerak dalambidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi risiko yang terjadi di masa yang akan datang. Perkembangan perusahaan asuransi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat setelah pemerintah mengeluarkan deregulasi pada tahun 1980an dan diperkuat dengan keluarnya UU No. 40 Tahun 2014 tentang Usaha Perasuransian. Dengan adanya deregulasi tersebut, pemerintah memberikan

kemudahan dalam hal perijinan, sehingga mendorong tumbuhnya perusahaan - perusahaan baru, dan pada gilirannya akan meningkatkan hasil produksi nasional.

Salah satu perusahaan asuransi di Indonesia adalah PT Asuransi Takaful Keluarga. Perusahaan tersebut menawarkan produk asuransi syariah yang mempunyai konsep yang berbeda di bandingkan dengan asuransi konvensional. Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) memperkirakan pertumbuhan industri asuransi syariah pada 2013 mencapai 30-40 persen. Tahun-tahun selanjutnya diperkirakan akan menjadi puncak pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia (www.takafulumum.co.id).

Perkembangan yang signifikan dari asuransi syariah di negara-negara berpenduduk muslim merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahui tentang asuransi syariah ini disebabkan oleh berbagai faktor yang menentukan kualitas pelayanan mereka dalam menggunakan premi asuransi syariah.

Berbagai penelitian mengenai kualitas pelayanan asuransi pernah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Tsoukatos dan Rand (2007), Shidiqui dan Sharma (2010), Laksmi dan Shanti (2015), Sasmita et.al (2015), dan Darwin dan Kunto (2014). Tsoukatos dan Rand (2007) membuktikan bahwa hubungan yang diharapkan antara pentingnya dimensi kualitas dan kekuatan hubungan mereka dengan kepuasan pelanggan hanya terarah didukung. Shidiqui dan Sharma (2010) membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan Laksmi dan Shanti (2015) membuktikan terhadap hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengajukan judul skripsi
**“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN ASURANSI TAKAFUL
KELUARGA DI YOGYAKARTA”.**

Perumusan Masalah

- a. Bagaimana tingkat kepentingan konsumen mengenai kualitas pelayanan jasa Asuransi Takaful Keluarga?
- b. Bagaimana kinerja kualitas pelayanan jasa Asuransi Takaful Keluarga yang diharapkan oleh konsumen setelah menerima pelayanan jasa Asuransi Takaful Keluarga?
- c. Faktor apa saja yang harus diperbaiki dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh Asuransi Takaful Keluarga?

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Sasmita et.al (2015) membuktikan Berdasarkan hasil uji parsial, dapat ditunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Keandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), dan Bukti Fisik (X5) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Ini dibuktikan dengan nilai signifikansi t lebih kecil sama dengan 0,05. Keandalan (X1) sebesar 0,004, Daya Tanggap (X2) sebesar 0.034, Jaminan (X3) sebesar 0,024, Empati (X4) sebesar) 0,034, dan Bukti Fisik (X5) sebesar 0,019.

Tsoukatos dan Rand (2007) meneliti mengenai pengaruh budaya pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Hubungan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dalam terang budaya, diperiksa lebih lanjut.

Dari 25 hubungan hipotesis antara dimensi budaya dan kualitas pelayanan, 23 dikonfirmasi dan dua sisanya yang terarah didukung. Pentingnya hipotesis dari dimensi kualitas pelayanan juga dikonfirmasi. Namun, hubungan yang diharapkan antara pentingnya dimensi kualitas dan kekuatan hubungan mereka dengan kepuasan pelanggan hanya terarah didukung.

Shiddiqui dan Sharma (2015) meneliti menggunakan confirmatory factor analysis, mengusulkan instrumen layanan berkualitas enam dimensi yang terdiri dari 'jaminan', 'perencanaan keuangan pribadi', 'kompetensi', 'citra perusahaan', 'tangibles' dan 'teknologi' di asuransi jiwa. Sebuah model kausal, menggunakan model persamaan struktural, disarankan untuk menyelidiki efek dari instrumen kualitas layanan yang diusulkan pada kepuasan pelanggan (kepuasan dengan agen ', 'kepuasan dengan layanan fungsional ', 'kepuasan dengan perusahaan dan akhirnya dengan 'kepuasan keseluruhan '). Kerangka yang diusulkan mencoba untuk memberikan cetak biru untuk tindakan yang tepat (oleh penyedia layanan asuransi jiwa) untuk menciptakan basis pelanggan ed satisfi melalui layanan berkualitas

Lakshmi dan Shanti (2010) meneliti dengan tujuan memastikan persepsi pemegang polis dari dimensi kualitas pelayanan dari LIC menggunakan data primer yang dikumpulkan dari 600 pemegang polis asuransi jiwa di kota Coimbatore, menggunakan jadwal wawancara. statistik deskriptif, analisis faktor dan pemodelan persamaan struktural yang digunakan. Hal ini telah dibuktikan bahwa persepsi kualitas layanan dan kepuasan yang kuat dan positif terkait satu sama lain. Faktor

persepsi positif dari layanan LIC yang akurasi dan aksesibilitas, citra perusahaan, kejujuran dan kompetensi, kepercayaan dan keyakinan.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Serqual. Metode Servqual dimaksudkan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui perbedaan (gap) harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil analisis servqual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hasil Analisis Servqual

Atribut	Persepsi	Harapan	Gap	Keterangan
Tangibles				
Kenyamanan ruang tunggu	3,98	3,76	0.22	Positif (Memenuhi Harapan)
Teknologi informasi yang digunakan	3,67	3,86	-0.20	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Kondisi gedung perusahaan yang bersih	3,88	3,85	0.03	Positif (Memenuhi Harapan)
Fasilitas perusahaan yang lengkap	4,02	3,78	0.24	Positif (Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.88	3.82	0.07	Positif (Memenuhi Harapan)
Reliability				
kecepatan karyawan dalam pelayanan	3.61	3,76	-0.15	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
karyawan menangani masalah dengan segera.	3.51	3,72	-0.21	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Karyawan selalu menepati janji	4,09	3,74	0.35	Positif (Memenuhi Harapan)
Karyawan mempunyai catatan bebas dari kesalahan	4,02	3,76	0.26	Positif (Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3,81	3,74	0.07	Positif (Memenuhi Harapan)
Responsiveness				

ketersediaan membantu konsumen	3,58	3,81	-0.23	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit.	3,85	3,78	0.07	Positif (Memenuhi Harapan)
Respon yang cepat dari karyawan	3,80	3,79	0.01	Positif (Memenuhi Harapan)
Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan	3,43	3,77	-0.33	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.67	3.80	-0.12	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Assurance				
Karyawan yang professional dibidangnya	3,76	4,07	-0.31	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi.	3,55	3,78	-0.23	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan	3,30	3,82	-0.52	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Kemudahan dalam pembayaran	3,39	3,81	-0.42	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.50	3.87	-0.37	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Emphaty				
Memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan karyawan	4,03	3,76	0.27	Positif (Memenuhi Harapan)
Karyawan memberi perhatian khusus kepada konsumen.	3,90	3,77	0.13	Positif (Memenuhi Harapan)
Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen	4,00	3,89	0.10	Positif (Memenuhi Harapan)
Karyawan yang ramah dan sopan	3,94	3,87	0.06	Positif (Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.97	3.83	0.14	Positif (Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.75	3.81	-0.04	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)

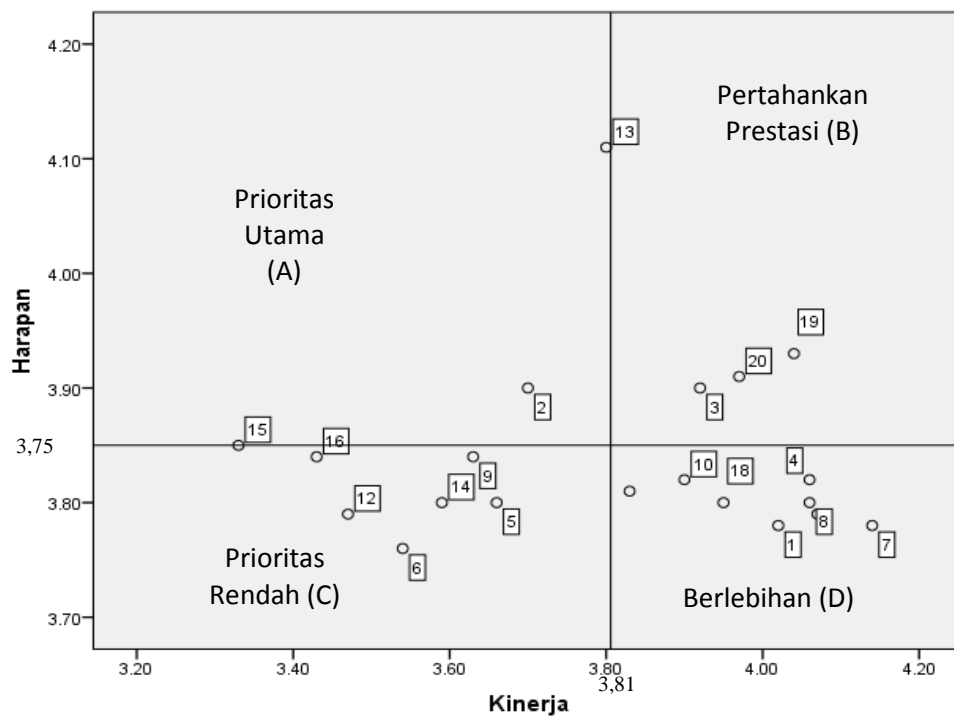
Sumber : Data Diolah

Secara keseluruhan, nilai Gapskor lima dimensi adalah -0,43, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan belum memenuhi ekspektasi pelanggan.

Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius dilakukan dengan perhitungan sumbu mendatar (X) yang menunjukkan skor tingkat kualitas layanan dan sumbu tegak (Y) yang menunjukkan skor tingkat harapan.

Hasil Analisis Diagram Kartesius



1. Kuadran A

Menunjukkan menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan dengan tingkat kepentingan pelanggan yang tinggi sedangkan tingkat kinerja kualitas pelanggan dinilai rendah sehingga kepuasan konsumen rendah (prioritas utama). Indikator-Indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Teknologi informasi yang

dignakan, Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan dan karyawan yang professional dibidangnya. Hal ini berarti bahwa konsumen memberikan penilaian kepentingan yang dirasakan tinggi dan nilai kualitas pelayanan yang tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tingkat kinerja pelayanan di perusahaan namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. Kuadran B

Menunjukkan menunjukkan atribut-atribut tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama tinggi sehingga konsumen merasakan kepuasan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan posisinya (pertahankan prestasi). Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah kenyamanan ruang tunggu, Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen dan Karyawan yang ramah dan sopan. Dengan tingginya nilai tingkat harapan pelanggan dan tingginya pula nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan maka variabel yang masuk dalam kuadran B haruslah dipertahankan akan lebih baik bila ditingkatkan hingga menyentuh nilai kepentingan konsumen.

3. Kuadran C

Menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan memiliki tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama rendah. Atribut kualitas pelayanan pada kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen, perusahaan melakukannya biasa-biasa saja sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah). Indikator-indikator yang berada di dalam kuadran ini

adalah kecepatan karyawan dalam pelayanan, karyawan menangani masalah dengan segera, ketersediaan membantu konsumen, Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan, konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi dan Kemudahan dalam pembayaran. Hal ini mengindikasikan bahwa pada kuadran C nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan dan nilai tingkat harapan pelanggan juga rendah maka variabel yang masuk kuadran C mendapatkan prioritas rendah karena harapan konsumen tidak tinggi.

4. Kuadran D

Menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki harapan rendah sedangkan tingkat kinerjanya tinggi. Dalam pelaksanaan atribut ini dirasakan terlalu berlebihan padahal konsumen menganggapnya kurang penting (berlebihan). Berdasarkan analisis diagram kartesius indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini adalah Kenyamanan ruang tunggu, Fasilitas yang lengkap, Karyawan selalu menepati janji, Karyawan mempunyai catatan bebas dari kesalahan, pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit dan karyawan memberi perhatian khusus kepada konsumen. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus mempertimbangkan kembali atribut yang masuk dalam kuadran ini karena dirasakan terlalu berlebihan. Untuk itu sebaiknya kinerja yang ada pada kedua atribut diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada atribut tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa atribut yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran A.

Kesimpulan

1. Tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Asuransi Takaful Syariah adalah sebesar 3,81. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Asuransi Takaful Syariah dalam kondisi baik sedangkan tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Asuransi Takaful Syariah adalah sebesar 3,81. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Asuransi Takaful Syariah dalam kondisi baik.
2. Faktor-faktor yang perlu diperbaiki dalam pelayanan jasa adalah indikator yang mempunyai nilai gap negatif seperti Indikator “Teknologi informasi yang digunakan” dengan skor gap -0,2, Indikator “kecepatan karyawan dalam pelayanan” dengan skor gap -0,15, Indikator “karyawan menangani masalah dengan segera” dengan skor gap -0,21, Indikator “ketersediaan membantu konsumen” dengan skor gap -0,23, Indikator “Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan” dengan skor gap -0,33, Indikator “karyawan yang professional dibidangnya” dengan skor gap -0,31, Indikator “konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi.” dengan skor gap -0,21 dan Indikator “Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan” dengan skor gap -0,52 dan Indikator “Kemudahan dalam pembayaran” dengan skor gap -0,42

Keterbatasan Penelitian

1. Sampel penelitian ini hanya terbatas pada konsumen Akuntansi Takaful Syariah yang berjumlah 96 orang.
2. Teknik pengambilan data menggunakan data primer melalui pengisian kuesioner dirasa belum cukup untuk mengukur tingkat kualitas layanan perusahaan

Saran

1. Akuntansi Takaful Syariahhendaknya memprioritaskan variabel-variabel yang berada pada kuadran A, yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akankecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada.
2. Sebaiknya pihak Akuntansi Takaful Syariahharus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah memberikan kepuasan bagi pelanggan terutama pada dimensi kecepatan karyawan dalam pelayanan, karyawan menangani masalah dengan segera, ketersediaan membantu konsumen, Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan, karyawan yang professional dibidangnya, konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi, Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan dan kemudahan dalam pembayaran.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan responden dengan obyek penelitian yang berbeda dan Data dalam penelitian ini hanya didasarkan pada persepsi responden sebagai jawaban, sehingga akan menimbulkan masalah ketika

jawaban yang diberikan tidak jujur. Sebaiknya digunakan juga metode wawancara agar dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih kuat dan dapat mendukung hasil yang diperoleh melalui metode survei

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta

- Ariani, Dorothea Wahyu. 2003. *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif Dalam Manajemen Kualitas)*. Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta
- Darwin, Steven Dan Kunto, Yohanes Sondang, 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia – Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 2, No.1 (2014)
- Gronroos, C., 1978, “A Service Oriented Approach To Marketing Of Service”, *European Journal Of Marketing*, Vol. 12 No. 8, Pp. 588-96
- Lakshmi, S Rani And Santhi, P. 2015. Antecedents Of Customer Perception Of Service Quality Of Life Insurance Corporation Of India. *The IUP Journal Of Management Research*, Vol. XIV, No. 3, 2015
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry (1985), “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of marketing*, Vol. 49, Fall, pp. 41-50.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry (1986), “SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. Cambridge, Mass: marketing Science Institute.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry (1988), “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of retailing*, Vol. 64, Spring, pp. 12-40
- Parasuraman Berry Leonard LA, Zeithaml Valerie A, 1990, *Delivering Quality Service*, The Free Press A Division Of Mc Millan Inc, New York
- Purnama, Nur Syahbani. 2006. *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia
- Sasmita, Risa, Zainul Arifin, Dan Sunarti. 2015. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Pada Nasabah PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Malang *Regional Office*)
- Sekaran, Uma Dan Roger Bougie. (2010). Edisi 5, *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley @ Sons, New York
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat

Siddiqui, Masood H. Dan Sharma, TG. 2015. Analyzing Customer Satisfaction With Service Quality In Life Insurance Services. *Journal Of Targeting, Measurement And Analysis For Marketing* (2010) 18, 221 – 238

Tjiptono Fandy, 2002, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Cetakan Ke 3, Penerbit Andi Yogyakarta

Tjiptono Fandy, 2002, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Edisi Kedua, Penerbit Andi Yogyakarta.

Tsoukatos, Evangelos Dan Rand, Graham K. 2007. Cultural Influences On Service Quality And Customer Satisfaction: Evidence From Greek Insurance. *Managing Service Quality* Vol. 17 No. 4, 2007 Pp. 467-485

www.takafulumum.co.id

Wyckoff, Darryl, Sasser, W. Earl, Jr., R. Paul Olsen, (1978), *Management Of Service Operations: Text And Cases*, Boston: Allyn & Bacon

Yamit, Zulian,. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta : EKONISIA