

Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Ditinjau dari Manajemen Syariah Studi di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri

Loris Caspirosi

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Email: loriscaspi@gmail.com

Yuliani

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Email: yuliani@iainkediri.ac.id

Abstrak:

The purpose of this study was to determine the service strategy in increasing customer loyalty at PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, Kediri Branch, in terms of sharia management. This research uses a qualitative approach with the type of research is a case study. Collecting data using the method of observation, interviews, and documentation. Checking the validity of the data used is the extension of participation, observation persistence, and triangulation. The result of this research is PT. The Bumiputera Sharia Life Insurance, Kediri Branch, provides services using a family approach strategy, where the approach taken is to maintain closeness with customers. When viewed from the five service indicators, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy and physical evidence, then the four indicators have been implemented. However, in terms of physical evidence indicators, there are still deficiencies that are not appropriate, namely in the buildings and facilities provided. Implementation of sharia management at PT. Bumiputera Sharia Life Insurance, Kediri Branch, adheres to the principle of justice, namely the family approach. Then for the communicative principle lies in the application of speaking, listening, and looking culture. As for the principles of trust and accountability, namely the transparency of the insurer and all responsibilities for customer funds.

Keywords: Service Strategy; Life Insurance; Customer Loyalty; Islamic Management.

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri dengan ditinjau dari manajemen syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian adalah studi kasus. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengecekan keabsahan data yang digunakan adalah perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, dan triangulasi. Hasil dari penelitian ini adalah PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri dalam memberikan pelayanan adalah dengan strategi pendekatan kekeluargaan, dimana pendekatan yang dilakukan adalah menjaga kedekatan dengan para nasabah. Apabila dilihat dari lima indikator pelayanan yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik, maka dari empat indikator telah dilaksanakan. Akan tetapi pada indikator bukti fisik masih ada kekurangan yang belum sesuai yaitu pada gedung dan sarana yang diberikan. Penerapan manajemen syariah di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri pada prinsip keadilan yaitu pada pendekatan kekeluargaan. Kemudian untuk prinsip komunikatif terletak pada penerapan budaya *speaking*, *listening*, dan *looking*. Sedangkan untuk prinsip amanah dan pertanggungjawaban yaitu pada keterbukaan pihak asuransi dan segala tanggungjawab atas dana nasabah.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan; Asuransi Jiwa; Loyalitas Nasabah; Manajemen Syariah.

PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia pada dewasa ini cukup memiliki kenaikan yang signifikan. Tujuan dari adanya lembaga keuangan syariah sendiri tidak lain adalah untuk menerapkan konsep hukum Islam pada segala jenis aktivitas pada lembaga keuangan. Islam sebagai suatu pedoman yang benar pada kegiatan manusia ketika hidup di dunia dan kehidupan setelahnya sangat erat kaitannya dengan hidup seorang muslim. Seseorang yang beragama Islam sudah seharusnya menggunakan ajaran Islam dalam kehidupan ini. Dengan demikian adanya lembaga keuangan syariah dapat dijadikan sebuah pilihan manusia agar dapat terus berjalan sesuai dengan aturan dalam agama Islam.¹

Lembaga keuangan yang berprinsipkan syariat Islam memiliki dua jenis, yakni lembaga keuangan syariah bank dan lembaga keuangan syariah bukan bank. Perbedaan antara keduanya sendiri yaitu bila dilihat dari karakteristiknya. Apabila bank melakukan penghimpunan secara langsung yakni simpanan dana masyarakat. Kemudian jika pada lembaga keuangan syariah bukan bank dilakukan secara tidak langsung. Namun pada aktivitas ekonomi yang semakin berkembang dari kedua jenis lembaga keuangan yang ada yaitu lembaga keuangan bank dan bukan bank keduanya memiliki peran yang sama. Bank dan lembaga keuangan syariah bukan bank merupakan lembaga perantara keuangan sebagai sarana yang dibutuhkan dalam kelancaran sistem ekonomi.²

Contoh dari lembaga keuangan syariah bukan bank diantaranya pegadaian syariah, pasar modal syariah, asuransi syariah, lembaga zakat, lembaga wakaf dan lain sebagainya.³ Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada perusahaan asuransi syariah. Belakangan perusahaan asuransi syariah mulai memiliki perkembangan yang baik. Sejak tahun 1994 asuransi syariah di tanah air mulai membaik. Total keseluruhan perusahaan asuransi jiwa syariah pada tahun 2022 mencapai 8 perusahaan full syariah dan 23 unit syariah. Kemudian pada asuransi umum syariah ada 6 perusahaan full syariah dan 24 unit syariah.⁴

¹ Nur Arianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2016), 34.

² Ibid., 34.

³ Fatmawatie, N. Implementation of The Islamicity Performance Index Approach to Analysis of Sharia Banking Financial Performance In Indonesia. *IQTISHODUNA*, 17(1) (2021)

⁴ <https://lifepal.co.id> (diakses pada tanggal 09 Juli 2023)

Salah satu perusahaan asuransi yang ada di Indonesia adalah PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.

Tabel 1
Perbandingan Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah di Kota Kediri

No.	PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera	PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin	Prudential Syariah
1.	Berada di kawasan yang strategis (Jl. Erlangga No. 9 Ngadirejo Kec. Kota, Kota Kediri)	Bukan di pusat kota (Jl. Ahmad Dahlan No. 80C, Mojoroto Kec. Mojoroto, Kota Kediri)	Bukan di pusat kota (Jl. Sukarno Hatta II Gg. Kenanga Kediri)
2.	Terdapat 4 produk - Mitra Maburur - Mitra Iqro - Mitra BP Link Syariah - As Salam Family	Terdapat 4 produk - Asuransi Personal Accident - Ata'min pegawai - Al Amin Badal Arafah - Ata'min Perjalanan	Terdapat 3 produk - Kesehatan - Kematian - Pendidikan
3.	Terdapat 30 agen	Terdapat 18 agen	Terdapat 6 agen
4.	<i>Spin off</i> pada tahun 2017	Bukan Unit Usaha Syariah	<i>Spin off</i> pada tahun 2022

Sumber : Data hasil observasi

Apabila dilihat melalui Tabel 1. terlihat bahwa PT. AJS Bumiputera lebih memiliki keunggulan jika dilakukan perbandingan dengan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dan Prudential Syariah. Mulai dari letak kantor yang strategis, keragaman produk, jumlah agen dan tahun *spin off* yang lebih dahulu. Keunggulan yang nampak tersebut memang menjadi salah satu aspek bersaing di antara lembaga keuangan syariah yakni asuransi jiwa syariah. Maka dari data tersebut peneliti memiliki ketertarikan pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.⁵

⁵ Wahid, K., & Syakur, A. Konsep Islamic preneurship Dalam Pertumbuhan Ekonomi Perspektif Al-Qur'an. ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance, 2(2), 83-96, (2023).

Dari data yang diperoleh ada dua produk di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri yang sejak dulu telah menjadi produk andalan. Dua produk tersebut adalah Mitra Mabrur dan Mitra Iqro'. Mitra Mabrur adalah produk yang di tawarkan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Cabang Kediri yang membantu atas kebutuhan dana haji dan risiko bagi keluarga yang ditinggalkan. Sedangkan Mitra Iqro' adalah produk yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Cabang Kediri untuk membantu dalam hal dana untuk pendidikan. Berikut perkembangan jumlah nasabah dua produk tersebut.

Tabel 2.**Perkembangan Jumlah Nasabah Mitra Mabrur dan Mitra Iqro'**

No.	Tahun	Mitra Mabrur	Mitra Iqro'
1	2011	675	315
2	2012	1260	480
3	2013	1830	602
4	2014	2335	710
5	2015	2631	793
6	2016	2785	830
7	2017	2856	841
8	2018	2952	846
9	2019	3167	860
10	2020	3215	898
11	2021	3323	949

Sumber : Data jumlah nasabah PT. AJS Bumiputera Kediri 2011-2021

Peningkatan nasabah yang terjadi pada kedua produk tersebut pada Tabel 2. merupakan salah satu bukti adanya loyalitas dari nasabah. Ketika nasabah merasa diri mereka mendapatkan pelayanan yang baik maka terjadi peningkatan loyalitas. Loyalitas yang timbul merupakan bentuk dari dukungan oleh nasabah kepada pihak lembaga itu sendiri. Strategi pelayanan merupakan suatu hal yang dekat dengan kualitas pelayanan, di mana kualitas pelayanan adalah hal pokok yang dijadikan tolak ukur untuk perusahaan sebab berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Dari sebuah kualitas pelayanan akan menimbulkan satu perilaku loyal pada konsumen, Parasuraman

mengemukakan terkait penentu kualitas pelayanan yang baik ada 5, yaitu: kehandalan, produk fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Pelayanan adalah aktivitas yang berupaya untuk dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan menyangkut apa yang dibutuhkan oleh pihak pelanggan yang memiliki rasa tersendiri pada dirinya dan menghasilkan kesan tersendiri, atas apa yang dilakukan perusahaan yang baik maka konsumen dapat merasa puas. Oleh karena hal tersebut pelayanan menjadi sebuah hal yang cukup penting dalam upaya menarik pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.⁶ Apabila pelayanan baik maka akan membuat kesetiaan yang dilakukan oleh pelanggan.⁷ Setiap dari usaha yang dilakukan manusia termasuk pada lembaga keuangan tentunya berkeinginan memenangkan persaingan bisnis. Oleh karena itu suatu bisnis diharuskan untuk menerapkan kualitas pelayanan yang baik agar terjadi loyalitas pada pihak konsumen.

Persaingan pada lembaga asuransi syariah membuat PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera harus mengembangkan sebuah strategi di dalam menjaga loyalitas nasabahnya. Selain itu adanya kesadaran dari masyarakat terkait pentingnya asuransi masih belum dapat menjadikan asuransi berprinsip syariah lebih unggul dari asuransi konvensional. Strategi yang dapat dilakukan kepada nasabah yang ada agar timbul loyalitas adalah dengan melakukan sebuah strategi pelayanan yang tepat dan sesuai dengan nasabah yang ada.

Peneliti menemukan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri menunjukkan bahwa pelayanan dalam hal kecepatan penanganan keluhan masih kurang. Mengingat pelayanan yang diberikan juga oleh agen asuransi syariah yang tidak menetap di kantor. Hal tersebut tercermin dari bagaimana yang dilakukan oleh *frontliner* yang terbatas. Dari segi produk fisik masih memiliki kekurangan dengan kantor yang masih menjadi satu dengan Bumiputera Konvensional. Oleh karena itu masih ada hal yang dirasa tidak maksimal dalam pelayanan di tempat penelitian. Kemudian PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera merupakan unit usaha syariah (UUS) dari Asuransi

⁶ Malayu Hasibuan, *Dasar – Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), 152.

⁷ Gustina, Larasati, “Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang”, *Jurnal Sabi* Vol. 3 No 1 Tahun 2021.

Bumiputera tentunya masih melekat bentuk pelayanan yang berbau konvensional. Dengan adanya hal itu maka perlu dilihat dari penerapan strategi pelayanan berdasarkan manajemen syariah yang meliputi menegakkan keadilan, amanah dan pertanggungjawaban, serta komunikatif.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Ditinjau dari Manajemen Syariah Studi di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Merupakan sebuah penelitian yang dalam tujuannya mendapatkan suatu temuan yang tidak dihasilkan dengan cara-cara statistik dan dengan cara-cara yang bermakna perhitungan.⁸ Sedangkan jenis penelitiannya yaitu menggunakan studi kasus, menurut Surachman studi kasus adalah suatu pendekatan yang dalam melakukan penelitian peneliti memusatkan secara mendalam pada suatu kasus tertentu.⁹ Peneliti berusaha melakukan sebuah studi kasus yang akan mengarah pada untuk membuat metode kerja dapat dikembangkan. Kesimpulan yang dihasilkan adalah hanya terbatas pada satu kasus tertentu saja dan bukan merupakan generalisasi. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh oleh peneliti secara langsung dengan mencatat atau merekam tanpa perubahan dari pihak lain.¹⁰ Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kediri.¹¹ Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan tiga metode yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian untuk analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya untuk pengecekan keabsahan data digunakan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, dan triangulasi.

⁸ M. Djunaidi Ghoni dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sleman: Ar-Ruzz Media, 2017), 25.

⁹ Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan* (Bali: Nilacakra, 2018), 35.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2014), 376.

¹¹ Ibid., 376.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri

Strategi pelayanan adalah suatu upaya yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi yang dalam tujuannya adalah memberikan apa yang konsumen inginkan atau juga bisa disebut sebagai pemenuhan kebutuhan konsumen.¹² Pelayanan sendiri Menurut R.A Supriyono adalah termasuk dalam organisasi yang bersangkutan dengan pemenuhan kebutuhan dan keperluan untuk pelanggan kemudian menimbulkan penilaian tersendiri, pelanggan akan merasa harapannya terpenuhi apabila memperoleh pelayanan dengan sangat memuaskan.¹³

Strategi pelayanan berkaitan langsung dengan kualitas pelayanan yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Ketiga strategi pelayanan yang dijalankan memberikan hasil yang maksimal maka kualitas pelayanan yang dihasilkan akan sesuai dengan harapan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman yaitu Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik.¹⁴

1. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah bagaimana seorang petugas pelayanan dapat menimbulkan sebuah pelayanan yang dapat dikatakan baik dan dapat memuaskan para pelanggan. Keandalan sendiri erat kaitannya dengan kemampuan dalam melakukan tugas yang dapat menjadi seorang yang handal, juga bertanggungjawab.¹⁵ Nasabah akan semakin percaya dengan sebuah lembaga jika kemampuan pelayanan yang dilakukan oleh para petugasnya juga handal dan memberikan pelayanan yang akurat. Petugas pelayanan yang ada di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri memberikan pelayanan yang cepat terutama dalam hal ketika nasabah mengalami permasalahan saat jatuh tempo pembayaran premi. Petugas

¹² Kasmir, *Customer service Excellent Teori dan Praktik* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017), 15.

¹³ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 57.

¹⁴ Ibid., 59

¹⁵ Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan: Jalan Lurus Menuju Integritas* (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2016), 149.

pelayanan akan memberikan solusi salah satu contohnya adalah dengan melakukan penjadwalan ulang sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui oleh kedua pihak. Informasi yang diberikan oleh agen asuransi dapat dikatakan baik. Informasi yang disampaikan jelas sehingga nasabah memiliki rasa percaya terhadap perusahaan.

Pelayanan yang dilakukan terlihat sudah masuk pada kriteria baik. Nasabah merasakan ada beberapa aspek dalam indikator kehandalan yang ada dan diterapkan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera. Apabila dilihat dari segi kehandalan juga sudah memenuhi beberapa indikator di dalamnya. Namun kehandalan dalam sebuah perusahaan tidak hanya dalam segi pemberian informasi dan penanganan masalah. Pelayanan yang mengedepankan kehandalan harus selalu didahului oleh petugas pelayanan yang memiliki sikap tekun, cepat, dan tanggap akan berbagai keluhan tidak hanya pada masalah pembayaran premi oleh nasabah.

Sebuah informasi yang diberikan harus memenuhi kriteria akurat. Pelayanan yang dilakukan oleh agen kepada nasabah berupa memberikan informasi mengenai produk-produk asuransi. Adanya keterbatasan pengetahuan oleh nasabah membuat agen harus menjelaskan secara rinci. Di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera sendiri memiliki agen dengan pelayanan yang berkualitas terlihat dari nasabah yang menjadi tahu tentang bagaimana asuransi itu dan prinsip yang dijalankan oleh perusahaan asuransi syariah.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah kecepatan para petugas pelayanan dalam memberikan respon terhadap permintaan nasabah. Dalam perusahaan asuransi banyak hal yang sering membuat nasabah menjadi berurusan dengan petugas pelayanan seperti saat pembayaran premi, ada masalah, permintaan klaim, pemberhentian asuransi dan lain-lain. Daya tanggap oleh pihak perusahaan diperlukan guna meningkatkan kepuasan nasabah.¹⁶

PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri memiliki daya tanggap yang diterapkan adalah adanya pelayanan jemput bola dimana

¹⁶ Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan: Jalan Lurus Menuju Integritas* (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2016), 149.

sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Kemudian pemberian solusi yang sesuai dengan waktu pemulihan permasalahan yang dialami oleh nasabah sehingga nasabah tidak perlu menunggu untuk waktu yang lama. Pihak asuransi juga memberikan rekomendasi terkait produk yang mana yang cocok untuk nasabah pada saat pertama kali nasabah melakukan pengajuan asuransi.

Kecepatan dalam sebuah pelayanan tidak hanya sampai pada penanganan masalah akan tetapi juga bagaimana penyampaian informasi. Dengan adanya seorang *customer service* yang memiliki daya tanggap yang baik terkait dengan informasi yang dibutuhkan nasabah. Informasi yang berkaitan dengan produk serta mekanismenya akan memudahkan nasabah dalam mengidentifikasi apa produk yang mereka butuhkan, sehingga nasabah merasa diri mereka telah diberikan aspek pelayanan yang sesuai tanpa harus meminta kepada pihak perusahaan terutama *customer service*. Karena disini *customer service* telah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah.

3. Jaminan (*Assurance*)

Bentuk jaminan yang diberikan oleh perusahaan dalam hal kualitas pelayanan adalah rasa percaya yang timbul dalam diri nasabah akibat dari pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah, sehingga nasabah tidak muncul rasa ragu.¹⁷ Jaminan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri sendiri seperti yang dikemukakan oleh nasabah adalah berkaitan dengan keamanan data dan juga uang yang mereka asuransikan. Prinsip syariah yang menghindari perilaku yang dilarang oleh agama mengharuskan segala aktivitas di lembaga keuangan syariah harus sesuai. Nasabah sebagai umat Islam menginginkan adanya jaminan tersebut, maka adanya pengawasan dari DPS serta investasi yang dilakukan menunjukkan jaminan yang diberikan oleh perusahaan.

Pengelolaan dana asuransi yang berdasarkan dengan syariat Islam yaitu menghindari *riba*, *gharar*, dan *maysir*. PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera juga memberikan jaminan berupa bagi hasil antara perusahaan

¹⁷ Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan: Jalan Lurus Menuju Integritas* (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2016), 149.

dan nasabah yang sesuai dengan syariat Islam. dalam memberikan pelayanan keterampilan seorang petugas pelayanan juga menjadi hal yang diperhatikan sebagai salah satu dari aspek jaminan pelayanan yang diberikan.

Pendekatan kekeluargaan yang selalu menjunjung tinggi rasa persaudaraan juga menunjukkan pada jaminan dalam proses pelayanan yang dilakukan. Adanya 30 tenaga agen yang siap memberikan pelayanan dan juga melakukan pemasaran merupakan salah satu jaminan akan pelayanan yang diberikan. Dengan adanya sumber daya manusia yang mencukupi dapat menjadikan sebuah upaya bagi lembaga keuangan untuk memberikan pelayanan yang baik.

4. Empati (*Emphaty*)

Memposisikan diri sebagai nasabah sehingga apa yang diberikan kepada nasabah berasal dari hati merupakan cerminan dari empati. Adanya empati dalam diri masing-masing petugas pelayanan adalah strategi yang dapat dilakukan dalam melakukan pendekatan kepada nasabah. Baik buruknya pelayanan yang diberikan sangat bergantung pada indikator empati ini.¹⁸

PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri sendiri dalam hal empati adalah dengan pendekatan kekeluargaan yang diberikan kepada nasabah. Saat memasuki jadwal pembayaran premi atau ketika menghubungi nasabah petugas pelayan akan menanyakan kabar sehingga terjalin kedekatan antara perusahaan dan juga nasabah. Penerapan 5S juga terlihat pada *customer service* yang memberikan keramahan kepada nasabah. Selain itu ucapan ulang tahun kepada nasabah adalah salah satu strategi yang dijalankan PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri dalam meberikan perhatian yang lebih sebagai bentuk empati.

Rasa senang menjadi nasabah dapat tercermin oleh para nasabah yang dapat muncul karena adanya beberapa faktor. Salah satu faktor yang muncul adalah adanya keramahan oleh *customer service*. Seorang *customer*

¹⁸ Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan: Jalan Lurus Menuju Integritas* (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2016), 149.

service memang dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima sehingga tercipta kepuasan pelanggan. Akan tetapi kedekatan batin dan rasa saling menghargai perlu dimunculkan. *Customer service* di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera mengedepankan kedekatan yang terjalin antara dirinya dengan nasabah yang terkait. Pembicaraan kecil sebelum masuk pada tujuan informasi dilakukan agar nasabah menjadi merasa ada perhatian dari pihak perusahaan.

Kedekatan yang terjalin juga dapat berupa akrabnya seorang nasabah dengan petugas pelayanan di sini adalah *customer service*. Ada nasabah yang mengungkapkan bahwa telah terjalin keakraban dengan petugas *customer service*. Hal tersebut tentu berkaitan dengan kenyamanan nasabah dalam hal pelayanan yang diberikan.

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Fasilitas yang nyata, fasilitas terkait instrumen pelayanan, penampilan karyawan merupakan bentuk dari indikator bukti fisik. Adanya sarana yang baik sebagai penunjang kegiatan pelayanan akan membuat persepsi nasabah terhadap lembaga keuangan menjadi baik. Fasilitas menjadi tolak ukur sebuah pelayanan karena berkaitan dengan kenyamanan nasabah.¹⁹

Bangunan yang dimiliki oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri masih menjadi satu dengan Asuransi Jiwa Bumiputera. Hal tersebut tentu menjadi salah satu kelemahan yang dimiliki oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri mengenai sarana yang diberikan. Apabila dilihat dari jalan raya maka yang terlihat adalah kantor konvensional dan kantor syariah terletak di sebelahnya. Hal tersebut tidak lain karena PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera baru melakukan *Spinn Off* dan dahulu merupakan Unit Usaha Syariah dari AJB Bumiputera.

Untuk sebuah kantor asuransi syariah yang masih memiliki satu nama dengan konvensional memang masih wajar apabila tempat kantor adalah sama. Akan tetapi seluruh kegiatan yang dilakukan oleh PT Asuransi Jiwa

¹⁹ Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan: Jalan Lurus Menuju Integritas* (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2016), 149.

Syariah Bumiputera Cabang Kediri sudah terpisah dari kantor konvensionalnya.

Sarana seperti tempat parkir sudah cukup untuk menampung sepeda motor. Sedangkan untuk mobil dapat ditempatkan di parkir bahu jalan yang telah disediakan karena memang PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri terletak di jalan satu arah yang memiliki tempat parkir untuk mobil di bahu jalan. Untuk ruang tunggu bagi nasabah juga sudah memiliki AC yang mengisyartkan bahwa PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri menginginkan kenyamanan bagi nasabah ataupun calon nasabah yang sedang berkunjung ke kantor. Selanjutnya adanya konter *customer service*.

B. Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri Ditinjau dari Manajemen Syariah.

Islam mengatur segala aspek kehidupan manusia yang juga termasuk adalah kegiatan perekonomian manusia. Dalam agama Islam telah dijelaskan apa saja hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT dan apa yang diperbolehkan oleh Allah SWT. Sebagai lembaga keuangan syariah tentu penerapan dari hukum Islam sendiri perlu untuk ditegakkan. Hal tersebut dilakukan agar dalam pelaksanaannya lembaga keuangan syariah tidak hanya memiliki nama yang Islami akan tetapi seluruh kegiatan yang ada di dalamnya juga berlandaskan pada hukum Islam.²⁰

Tidak hanya dalam hal mekanisme keuangan saja dalam aspek pelayanan sebuah lembaga keuangan syariah harus berpedoman pada hukum Islam. Pelayanan yang diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung yang sesuai dengan ajaran agama Islam akan membentuk sebuah lembaga keuangan syariah yang secara penuh menerapkan hukum Islam di seluruh kegiatannya. Kemudian diharapkan dari para nasabah yang ada akan memiliki sebuah kepercayaan yang tinggi dengan adanya sebuah penerapan hukum Islam dalam memberikan pelayanan kepada mereka.

Hubungan antara sebuah pelayanan dengan manajemen syariah terletak pada prinsip manajemen syariah itu sendiri. Sebuah pelayanan yang diberikan

²⁰ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012), 32.

apabila menerapkan prinsip-prinsip manajemen syariah maka memiliki tingkat kepatuhan terhadap hukum Islam yang cukup baik. Diantara prinsip-prinsip manajemen syariah yang digunakan dalam penerapan sebuah pelayanan adalah keadilan, komunikatif, serta amanah dan pertanggungjawaban.²¹

1. Keadilan

Keadilan adalah ketika seseorang memandang kepada hal yang berkaitan dengan derajat yang sama dan tidak membedakan antara yang satu dengan yang lainnya.²²

Dalam memberikan sebuah pelayanan kepada nasabah keadilan yang tercermin adalah ketika memberikan alternatif pada nasabah, kemudian untuk memberikan sarana yang sama. Seorang petugas pelayanan dalam melakukan pelayanan dituntut untuk berperilaku adil kepada setiap nasabah.

PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri memiliki pelayanan yang dilakukan dengan pendekatan kekeluargaan. Dari pendekatan tersebut sudah tercermin bagaimana perusahaan memperlakukan nasabah layaknya keluarga. Untuk itu upaya penegakkan prinsip keadilan terletak pada pendekatan kekeluargaan itu sendiri. Bagi seorang nasabah perlakuan oleh *customer service* yang memberikan keramahan layaknya keluarga akan dirasakan setiap kali berhubungan dengan *customer service*. Hal tersebut dilakukan *customer service* kepada setiap nasabah mereka. Bahkan nasabah baru atau calon nasabah sekalipun juga mendapat perlakuan yang sama.

Pelayanan jemput bola juga dilakukan oleh agen dengan porsi yang sama. Agen yang memiliki nasabah yang banyak maka akan melakukan evaluasi mengenai jemput bola yang dilakukan sehingga keefisienan waktu dapat terjaga dan tidak ada nasabah yang merasa tidak dilayani oleh seorang agen asuransi syariah. Kemampuan dalam menjaga prinsip keadilan ini dijunjung oleh setiap agen dimana akan tercermin pada kinerja mereka.

2. Komunikatif

²¹ Ibid., 2.

²² Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo, 2015), 71.

Bagi setiap anggota petugas pelayanan kemampuan komunikatif merupakan aspek dasar dalam memberikan pelayanan. Prinsip komunikatif di dalam memberikan sebuah pelayanan merupakan bagaimana petugas itu dapat menyampaikan informasi dengan baik dan sesuai. Begitu pentingnya komunikatif dalam manajemen syariah memberikan penyampaian informasi harus dilakukan dengan cepat dan tepat.²³

Hal yang diterapkan pada karyawan di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri berdasarkan apa yang disampaikan oleh pimpinan adalah seorang petugas pelayanan harus memiliki sikap *speaking*, *listening*, dan *looking*. Maksud dari tiga aspek tersebut adalah dalam berbicara seseorang harus berbicara dengan baik tidak mementingkan kepentingan pribadi. Kemudian mendengarkan seseorang yang sedang diajak bicara atau nasabahnya. Dan yang terakhir ketika berbicara seseorang petugas pelayanan harus melihat lawan bicara agar memberikan sebuah persepsi bahwa petugas pelayanan sedang memperhatikan yang disampaikan oleh lawan bicara dan memahaminya.

Bagi *customer service* kemampuan dalam hal berkomunikasi sangatlah penting. Sebagai gerbang awal bagi nasabah yang ingin berhubungan dengan perusahaan maka penyampaian informasi harus jelas dan tepat. Hal yang dilakukan *customer service* dalam menangani permasalahan nasabah adalah dengan mendengarkan terlebih dahulu seperti apa masalah yang dialami nasabah. Kemudian mulai dengan beberapa solusi yang dapat menjadi alternatif pemecahan masalah. Dengan cara mendengarkan dan mengkombinasikan dengan sikap empati maka nasabah akan merasa bahwa keluhan mereka benar-benar didengarkan.

Bagi agen asuransi syariah sikap komunikatif juga sangat diperlukan. Mengingat banyak nasabah yang berhubungan langsung dengan agen mulai dari awal perjanjian itu dimulai. Agen asuransi juga harus menerapkan sikap *speaking*, *listening*, dan *looking*. Hal tersebut tidak lain karena nasabah melalui agen juga dapat menyampaikan permasalahan yang dialami. Selanjutnya saat melakukan jemput bola terhadap premi asuransi agen juga

²³ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo, 2015), 71.

menerapkan komunikasi yang baik sebelum terjun ke lapangan. Peringatan ketika nasabah akan melakukan pembayaran premi juga harus dilakukan tepat waktu agar nasabah dapat mempersiapkan dana yang akan digunakan. Hal tersebut merupakan perwujudan dari prinsip komunikatif yang harus menyampaikan informasi dengan benar dan disampaikan dengan cepat.

3. Amanah dan Pertanggungjawaban

Dalam agama Islam sikap amanah merupakan salah satu sikap yang sangat ditekankan untuk manusia terapkan pada kehidupan di dunia. Bertanggungjawab dalam apa yang telah diperbuat adalah sikap untuk seseorang mampu membuktikan apa yang dikatakan dan diperbuat adalah sesuai dengan yang ada sehingga dapat dipertanggungjawabkan oleh manusia tersebut. Islam mengatur secara kaffah mulai kehidupan dunia hingga akhirat. Salah satunya pengembangan amanah yang harus ditunaikan ke penerima.²⁴

Dilaksanakannya tugas, ditepakannya kejujuran, adanya sebuah keterbukaan merupakan hal yang diterapkan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri. Prinsip amanah dimana seseorang harus menyampaikan kebenaran dan pertanggungjawaban dimana seseorang harus dapat melaksanakan tugas dengan baik. Apa yang menjadi mekanisme dalam hal asuransi disampaikan kepada nasabah dengan penuh keterbukaan. Dalam memasukkan data nasabah dilakukan dengan penuh kehati-hatian agar menjaga prinsip amanah yang ada. Selanjutnya para petugas pelayanan harus bertanggungjawab atas apa yang disampaikan. Maksudnya informasi yang diberikan kepada nasabah harus sesuai dengan keadaan dan harus ada hasil yang sesuai. Contohnya adalah nilai bagi hasil atas investasi yang dilakukan perusahaan maka apa yang didapatkan oleh nasabah harus sesuai dengan yang disampaikan.

C. Pengukuran Kepuasan Pelanggan Nasabah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri

Kepuasan menjadikan suatu perusahaan hidup dan terus berkembang, karena konsumen yang puas akan jasa perusahaan secara otomatis akan

²⁴ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo, 2015), 72.

menyebarkan berita baik kepada konsumen lainnya. Berbanding terbalik jika konsumen yang tidak puas, hal tersebut menjadikan perusahaan mendapat citra buruk dari rekomendasi negatif yang disebarkan konsumen yang telah menggunakan jasa suatu perusahaan jasa, sebagai akibat ketidakpuasan. Kualitas pelayanan yang merupakan ciri dan sifat pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dari dalam diri pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah asuransi.

Menurut kamus Bahasa Indonesia, pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau program kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Menurut Kotler pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak ke pihak lain. Dari beberapa pengertian mengenai pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk membantu mengurus kebutuhan orang lain.

Sisi yang lain, Pelanggan memegang peranan penting dalam dunia bisnis. Secara tidak langsung, seorang pelanggan dapat menjadi saluran pemasaran bagi suatu bisnis. Ketika pelanggan merasa puas atas pelayanan suatu produk/jasa, sangat dimungkinkan pelanggan tersebut mempromosikan secara sukarela produk/jasa itu kepada orang-orang disekitarnya. Adanya sebuah rekomendasi positif dari seorang pelanggan kepada seorang atau beberapa calon pelanggan lainnya sudah pasti akan menguntungkan pihak penjual, karena calon pelanggan tersebut tidak perlu ragu lagi terhadap suatu produk atau jasa itu. Sebaliknya, apabila pelanggan kecewa terhadap suatu produk/jasa, maka yang terjadi adalah kesediaan untuk menggunakan produk/jasa dari penjual itu akan hilang dan saluran promosi secara cuma-

cuma kepada orang terdekatpun tidak akan terjadi. Indikator kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Kesesuaian harapan jasa
- b. Kemudahan dalam memperoleh jasa
- c. Ketersediaan dalam merekomendasikan jasa

Ada beberapa metode yang bisa digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler, et al mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan. Sistem keluhan dan saran, ghost shopping, lost customer analysis, dan survei kepuasan pelanggan.

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan, saran, kritik, pendapat, keluhan mereka. Media yang digunakan bisa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, websites, dan lain-lain.

b. *Ghost Shopping* (Pembeli Bayangan)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang ghost shopper untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan.

Berdasarkan pengalaman tersebut, mereka kemudian diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing. Biasanya para ghost shopper diminta mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap keluhan.

c. *Lost Customer Analysis* (Analisa Pelanggan yang Hilang)

Sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar

dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan seupaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, email, websites, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:

1) Directly Reported Satisfaction

Pengukuran dilakukan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

2) Derived Satisfaction

Setidaknya, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu: (1) tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan (2) persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan.

3) Problem Analysis

Dalam teknik ini, responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan.

4) Importance-Performance Analysis

Dalam teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di Importance-Performance Matrik. Matrik ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, di mana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total.

KESIMPULAN

Strategi pelayanan yang digunakan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan pendekatan kekeluargaan. Dimana kedekatan secara batin sangat ditekankan. Petugas pelayanan yang berhubungan langsung dengan nasabah melakukan komunikasi yang baik sebagai bentuk pelayanan. Dalam aspek indikator kualitas pelayanan, dari kelima indikator empat diantaranya telah dilaksanakan dengan baik. Pada indikator kehandalan terlihat pada kecepatan dalam menangani masalah dan mengingatkan nasabah terkait pembayaran premi asuransi. Untuk indikator daya tanggap adalah pada sistem jemput bola yang dilakukan. Untuk indikator jaminan terletak pada jaminan akan penerapan syariat Islam pada seluruh kegiatan dan pada jaminan dana para nasabah. Kemudian untuk empati adalah pada pendekatan kekeluargaan itu sendiri dimana para petugas pelayanan sepenuh hati melayani nasabah. Untuk indikator bukti fisik PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera masih mengalami banyak kekurangan dan perlu ada banyak pembenahan namun adanya 30 agen yang siap melayani nasabah merupakan keunggulan tersendiri. Ditinjau dari manajemen syariah, strategi pelayanan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri yang ada adalah pada prinsip keadilan tercermin dari pelayanan yang utama yaitu dengan pendekatan kekeluargaan yang mengacu pada keadilan untuk setiap nasabah. Selanjutnya untuk prinsip komunikatif penerapan strategi *speaking*, *listening*, dan *looking* yang telah disampaikan oleh pimpinan menjadi bukti akan sikap komunikatif para petugas. Dan yang terakhir untuk amanah dan pertanggungjawaban terletak pada keterbukaan pihak asuransi kepada nasabah akan bagaimana dana mereka dan pada mekanisme klaim yang akan atau sedang diajukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf. *Manajemen Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012.
- Arif, Nur Arianto Al. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2016.
- Fatmawatie, N. Implementation of The *Islamicity* Performance Index Approach to Analysis of Sharia Banking Financial Performance In Indonesia. *IQTISHODUNA*, 17(1), 2021

- Ghoni, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sleman: Ar-Ruzz Media, 2017.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5 Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, 2016.
- Haidar, A. D. Bahan Pengawet Pada Jajanan Anak Sekolah di Perkotaan dan Pinggiran Kota di Surakarta. *Karya Tulis Ilmiah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hal : 7 – 8, 2015.
- Hayat awan, *et al.* Factor affecting halal purchase intention-evidence from pakistan halal food sector. *Management research review*. No.23, 2015.
- Haque, A. K. M. A *et al.* Perception of muslim consumers towards and deduction through zakat in Malaysia: an empirical investigation on muslim ini Malaysia. *Conference on Shari'ah Oriented Public Policyin Islamic Economic System*, 2015
- Hasibuan, Malayu. *Dasar – Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017.
- Imamudin, M. Pengaruh Label Halal dan religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T. A 2016/2017. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies Vol. 1, No. 1, 34 – 47, 2017.*
- Kasmir. *Customer service Excellent Teori dan Praktik* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017.
- KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online, Diakses Tanggal 15 November 2022].
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Pt Indeks Group Media, 2006
- Kotler, P., dan Kevin, L., K. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2009
- Kotler *et all.* *Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit marketing 3.0*. Jakarta: Erlangga, 2010
- Kotler, P., dan Kevin, L., K. 2012. *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey. Personal Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Larasati, Gustina. “Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang”, *Jurnal Sabi* Vol. 3 No 1 Tahun 2021.
- Malik, Rahmi Fitria. *Pengaruh Halal Awariness, Halal Certification dan Halal Marketing Terhadap Halal Purchase Intention Makanan Cepat Saji (Studi Pada Muslim Milenia di Indonesia)*. Tesis. Bogor. Institut Pertanian Bogor, 2019
- Maichum, K . *et al.* 2017. The Influence Of Enviromental Concern And Enviromental Atittude On Purchase Intention towards Green Products. A Case Study of Young Consumers In Thailand. *International Journal of social Science and Humanity*, 7(5) :
- Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Abdullah, Burhanuddin. *Budaya Kerja Perbankan: Jalan Lurus Menuju Integritas* Cetakan pertama (Ed. Eko B Supriyanto). Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2016.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok: Rajawali Pers, 2017.

- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian', *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1.2 (2020), 144 <<https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>>
- Rachmadhaniyati, and Sanaji, 'Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9 (2021), 1124–37
- Rambe, Aprilia Indah Saputri, Ilham Tri Wardana, Sri Ulfa Simamora, Silfira Ayu Ningsih Pasaribu, Nikmah Kholilah Lubis, and Shairi, 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sippin Di Kota Tanjungbalai', *Jurnal Ekonimi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 2 (2021), 212–19
- Richadinata, Kadek Riyan Putra, and Ni Luh Putu Surya Astitiani, 'Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10.2 (2021), 188 <<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>>
- Sinaga, Eka Mayastika, Fitrianiingsih, and Indah Lestari, 'Pengaruh Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bina Karya Tebing Tinggi)', *Jurnal Edunomika*, 07.1 (2023), 154–68
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta, 2014.
- Suwendra, Wayan *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra, 2018.
- Wahid, K., & Syakur, A. (2023). Konsep Islamicpreneurship Dalam Pertumbuhan Ekonomi Perspektif Al-Qur'an. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(2), 83-96
- Wardhono, A. *Mengenal Ekonometrika Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, 2004.
- Widodo, T. Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- Windisukma, Dewi Kirana. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Sikap Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2015
- Wulandari *et al.* Analisis Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Invering. *IAIN Salatiga*, 2011.
- Yunus, M ., F. F. R. S. Hamdani, dan G. K. Shofia. Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go – Food. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. 2 (1) : 134 -146, 2018.
- Vristiyana, V. M. Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 20 (1) 2019, 85.
- Zuhriyah *et al.* Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas dan *Halal awarness* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. *Jurnal Riset Manajemen FEB Universitas Islam Malang*, 2020.