

Pengaruh Kompetensi Tenaga Penjual, Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi

Ela Ramadhani¹, Maidalena², Nur Ahmadi bi Rahmani³

¹ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. E-mail: elaramadhani11@gmail.com

² Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. E-mail: maidalena@uinsu.ac.id

³ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. E-mail: nurahmadi@uinsu.ac.id

Abstract: The purpose of this study was to investigate the effect of salesperson competence, service quality, complaint handling and company image on customer loyalty at PT AJS Bumiputera Medan City Branch. The research was conducted using primary data. The population in this study were all employees of PT AJS Bumiputera Medan City Branch totaling 238 customer with the technique used purposive sampling, namely a sample of 70 respondents. The data collection used a questionnaire. Testing using multiple linear regression analysis and classical assumption tests and data quality tests. The results of the study concluded that service quality, salesperson competence and customer image have a positive effect on customer loyalty, and complaint handling has a negative effect on customer loyalty in PT AJS Bumiputera Medan City Branch. Simultaneously salesperson competence, service quality, complaint handling and company image affect customer loyalty where $F_{count} 13.069 > F_{tabel} 2,511$. Then the R^2 value is 0.446 or 44.6%.

Keywords: salesperson competence; service quality; complaint handling; company image;

Abstrak: Tujuan penelitian tentang Pengaruh kompetensi tenaga penjual, kualitas pelayanan, penanganan komplain dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan data primer. Populasi pada penelitian ini ada seluruh Nasabah di PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan berjumlah 238 nasabah dengan teknik yang digunakan purposive sampling yaitu sampel sebanyak 70 responden. Adapun pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian dengan menggunakan analisa regresi linear berganda dan dilakukan uji asumsi klasik serta uji kualitas data. Adapun hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kompetensi tenaga penjual dan citra pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, dan penanganan komplain berpengaruh negative terhadap loyalitas nasabah pada PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan. Secara simultan kompetensi tenaga penjual, kualitas pelayanan, penanganan komplain dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dimana nilai $F_{hitung} 13.069 > F_{tabel} 2,511$. Kemudian nilai R^2 sebesar 0.446 atau 44.6%.

Kata Kunci: kompetensi tenaga penjual; kualitas pelayanan; penanganan komplain; citra perusahaan;

| Received: 29/07/2025

| Accepted: 28/08/2025

| Published: 22/09/2025

1. PENDAHULUAN

Penciptaan akan loyalitas konsumen menjadi salah satu strategi perusahaan. Loyalitas merupakan sejauh mana konsumen atau pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap suatu produk, mempunyai komitmen pada produk tertentu dan berniat untuk terus

menggunakannya di masa depan. Alasan penting suatu perusahaan perlu membentuk dan mengembangkan loyalitas karena mampu mengurangi biaya pemasaran, keuntungan dalam bentuk trade laverage, dapat menarik konsumen baru, serta dapat memberikan keuntungan waktu untuk merespon terhadap pesaing (Prameswari dan Astuti, 2011).

Perusahaan asuransi merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam bidang layanan jasa yang menghimpun dana dari masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi yang memberikan perlindungan kepada anggotanya dalam hal ini disebut nasabah terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti terhadap hidup atau meninggalnya seseorang dimasa yang akan datang. Selain sebagai penghimpun sejumlah dana dibayarkan oleh masyarakat kepada perusahaan asuransi juga menginvestasikannya diberbagai aktivitas perekonomian guna menunjang pembangunan dan merupakan lembaga yang memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan juga sebagai obyek pemasukan negara.

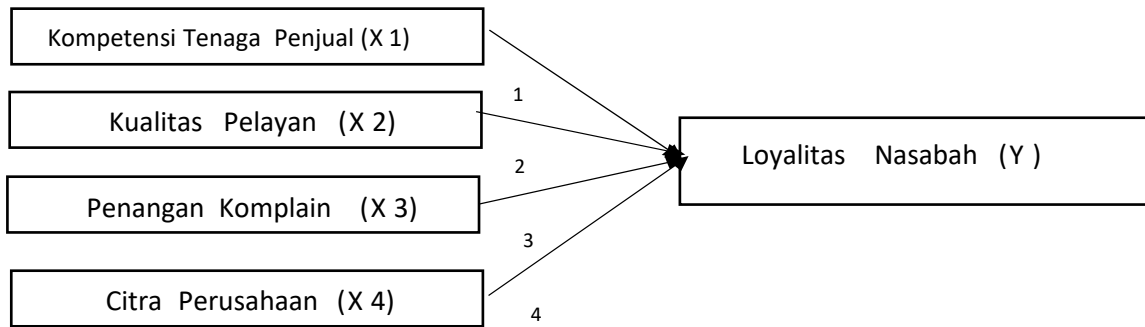
Asuransi syariah telah menjadi salah satu instrumen keuangan penting di Indonesia, terutama dengan mayoritas penduduk Muslim yang memerlukan perlindungan risiko yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, seperti industri keuangan lainnya, asuransi syariah yang menghadapi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan dinamika pasar global yang semakin dipengaruhi oleh digitalisasi.

Perkembangan industri asuransi di Indonesia tumbuh pesat sejak pemerintah mengeluarkan deregulasi pada tahun 1980 an dan diperkuat dengan keluarnya UU No. 2 Tahun 1992 dan keluarnya UU No. 40 Tahun 2014 tentang usaha perasuransian dan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia PP Nomor 14 Tahun 2018 tentang kepemilikan asing pada perusahaan perasuransian di Indonesia pemerintah memberikan kemudahan dalam hal perizinan sehingga mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan asuransi baru. Perusahaan asuransi dalam operasionalnya sebagai salah satu lembaga keuangan wajib memperoleh ijin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang merupakan adalah lembaga independen bebas dari campur tangan pihak lain yang mempunyai fungsi, tugas, wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan dan penyidikan terhadap keseluruhan kegiatan didalam sektor perbankan, pasar modal, dan sektor jasa keuangan non bank seperti asuransi, dana pensiun, lembaga pembiayaan, fintech dan lembaga jasa keuangan lainnya.

Pentingnya loyalitas nasabah untuk membantu bisnis berkembang dan menjaga keberlangsungan pertumbuhan perusahaan asuransi yang sudah semestinya harus selalu dijaga dan ditingkatkan dari waktu ke waktu.

2. METODE

Adapun model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian pada gambar diatas menunjukkan bahwa kompetensi tenaga penjual sangat mempengaruhi loyalitas nasabah asuransi. Kombinasi pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan perilaku (*attitude*) sering ditunjukkan melalui tindakan atau solusi yang diberikan oleh tenaga penjual kepada pelanggan atau nasabah yang akan menentukan keberhasilan memasarkan sebuah produk perusahaan yang ditawarkannya. Tenaga penjual yang menyenangkan dan konsisten merupakan kompetensi yang banyak disukai oleh nasabah yang akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah yang diberikan oleh perusahaan sangat berpengaruh kepada loyalitas nasabah. Pelanggan atau nasabah mendapatkan layanan melebihi dari yang diharapkan maka layanan dianggap bermutu, sebaliknya jika layanan kurang dari apa yang diharapkan maka layanan dianggap tidak bermutu. Selain kualitas pelayanan yang baik penanganan komplain yang cepat dan tepat sesuai harapan nasabah seperti apa yang telah dijanjikan perusahaan selaku penyedia produk akan sangat mempengaruhi loyalitas nasabah.

Citra perusahaan sangat mempengaruhi loyalitas nasabah. Nasabah akan mempertimbangkan pandangan publik atau masyarakat pada umunya atas suatu perusahaan dalam bergerak yang dinilai baik atau tidak perusahaan tersebut yang dipandang secara global atas hal-hal seperti keterbukaan, kualitas, dan lainnya. Dengan demikian maka dapat disampaikan keempat variabel yang terdiri atas kompetensi tenaga penjual, kualitas pelayanan, penanganan komplain dan citra perusahaan sangat mempengaruhi loyalitas nasabah asuransi dalam menggunakan produk jasa asuransi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Kompetensi Tenaga Penjual	70	15.00	20.00	17.6571	1.31750
Kualitas Layanan	70	14.00	23.00	19.3143	2.01115
Penanganan Komplain	70	15.00	20.00	17.8000	1.46059
Citra Perusahaan	70	12.00	22.00	18.4571	1.93133
Loyalitas Nasabah Asuransi	70	14.00	25.00	20.0000	2.87921

Valid N (listwise)	70				
--------------------	----	--	--	--	--

Sumber: Olah Data SPSS 25

Dari gambar 1 diatas dapat disimpulkan bahwa statistik deskriptif pada penelitian ini mempunyai jumlah sampel 70 data. Variabel Loyalitas Nasabah Asuransi (Y) mempunyai nilai mean besar dibandingkan dengan variabel lainnya yakni sebesar 20.00 dimana standar deviasi variabel tersebut lebih kecil dari mean yakni 2.900 sehingga dapat dikatakan bahwa sebaran data luas sehingga variabel tersebut baik.

3.2 Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.14351810
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.065
Test Statistic		.071
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.		

Sumber: Olah Data SPSS 25

Sesuai tabel output SPSS diatas bahwa data yang dihimpun peneliti memiliki nilai Sig. 0,200 > 0,05. Sehingga hasil residual dari variabel-variabel penelitian memiliki distribusi data yang normal.

3.3 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel pengujian regresi dapat diketahui nilai t yang merupakan pengujian secara parsial dari masing-masing variabel. Untuk melihat apakah ada kaitannya antar variabel maka membandingkan antara t tabel dengan t hitung. Apabila nilai t tabel > t hitung maka variabel bebas berpengaruh dengan variabel terikat. Berdasarkan hasil pengujian maka dapat dilihat nilai t pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.248	5.285		-.615	.541
	Kompetensi Tenaga Penjual	.760	.227	.348	3.345	.001
	Kualitas Layanan	.522	.152	.364	3.430	.001

	Penanganan Komplain	-.705	.193	-.358	-3.655	.001
	Citra Perusahaan	.667	.143	.447	4.651	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Asuransi						

Sumber: Olah Data SPSS 25

Hipotesis akan diterima jika nilai t hitung > t tabel.

- Diketahui kompetensi tenaga penjual (X1) berpengaruh pada loyalitas nasabah (Y) dengan nilai t hitung 3.345 > t tabel 2,385.
- Selanjutnya kualitas pelayan (X2) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan nilai t hitung 3.430 > t tabel 2,385.
- Sedangkan penanganan complain (X3) berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan nilai t hitung -3.655 < t tabel 2,385.
- Variabel citra perusahaan (X4) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan nilai t hitung 4.651 > t tabel 2,385.

3.4 Uji F

Tabel 4. Hasil Uji

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	254.968	4	63.742	13.069	.000 ^b
	Residual	317.032	65	4.877		
	Total	572.000	69			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Asuransi						
b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Penanganan Komplain, Kompetensi Tenaga Penjual						

Sumber: Olah Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 4 diketahui variabel Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Penanganan Komplain, Kompetensi Tenaga Penjual di uji secara (Simultan) atau bersama-sama terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi menghasilkan nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $13.069 > F$ tabel 2,511 sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 diterima. Artinya Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Penanganan Komplain, Kompetensi Tenaga Penjual secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi (Y) pada PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan.

3.5 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the

			Square	Estimate
1	.668 ^a	.446	.412	2.20849
a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Penanganan Komplain, Kompetensi Tenaga Penjual				
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Asuransi				

Sumber: Olah Data SPSS 25

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan nilai R Square sebesar 0.446 atau 44.6%. Hasil ini menunjukkan bahwa 44.6% loyalitas nasabah dipengaruhi kompetensi tenaga penjual, kualitas pelayanan, penanganan komplain dan citra perusahaan sedangkan sisanya

55.4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

3.6 Pembuktian Hipotesis

Hipotesis 1: Kompetensi tenaga penjualan berpengaruh terhadap loyalitas PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan. Tenaga penjual merupakan salah satu media yang menghubungkan perusahaan dengan nasabah dalam menyampaikan produk yang dimiliki oleh perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan diatas menunjukkan bahwa kompetensi tenaga penjual berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Maka penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prameswari dan Astuti (2011), Rusydi (2014), Sari dan Riva'i (2015), Soeindra (2015), Tolba et al (2015), Tuan (2015), Emaratkar et al (2018) yang menunjukkan bahwa kompetensi tenaga penjual berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis 2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan. Kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang baik terhadap nasabah oleh perusahaan jasa yang harus dilakukan secara terarah dan terukur sehingga bisa memberikan dampak yang positif untuk kesuksesan perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Maka penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan et al (2015), Malian (2016), Salim et al (2018), Prasetya dan Wardati (2018), Kesdu dan Riyadi (2019), Widiyanto dan Rachmat (2019) yang menunjukkan bahwa penanganan komplain berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis 3: Penanganan complain tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan. Penanganan komplain menjadi instrumen penting dalam mengendalikan konflik antara perusahaan dengan nasabah akan ketidakpuasan. Ketika nasabah mendapatkan masalah atau sedikit kecewa, maka perusahaan dituntut untuk segera menyelesaikan, usaha pemulihan pelayanan bisa ditangani dengan sangat baik ketika dipandang suatu kesempatan bukan suatu pilihan sulit. Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan diatas menunjukkan bahwa penanganan komplain tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Maka penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan et al (2015), Malian (2016), Salim et al (2018), Prasetya dan Wardati (2018), Kesdu dan Riyadi

(2019), Widijanto dan Rachmat (2019) yang menunjukkan bahwa penanganan komplain berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis 4: Citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan. Hasil pengujian menunjukkan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Citra perusahaan adalah pandangan publik atas suatu perusahaan yang dinilai baik atau tidak yang dipandang secara global atas hal-hal keterbukaan, kualitas dan lainnya sehingga dapat dikatakan sebagai pandangan atas gerak langkah perusahaan. Citra merupakan suatu intangible asset atau good will perusahaan yang memiliki efek positif pada penilaian pasar atas perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan diatas menunjukkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Maka penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditya et al (2015), Kurniawan et al (2016), Malian (2016), Rahi (2016), Mutmainah (2017), Apriyanti et al (2017), Haryanto dan Dewi (2018) yang menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

4. KESIMPULAN

Adapun hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan, kompetensi tenaga penjual dan citra pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, dan penanganan komplain berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah pada PT. AJS Bumiputera Cabang Kota Medan. Secara simultan kompetensi tenaga penjual, kualitas pelayanan, penanganan komplain dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kemudian hasil analisis regresi berganda menunjukkan nilai R Square sebesar 0.446 atau 44.6%. Hasil ini menunjukkan bahwa 44.6% loyalitas nasabah dipengaruhi kompetensi tenaga penjual, kualitas pelayanan, penanganan komplain dan citra perusahaan sedangkan sisanya 55.4% dipengaruhi oleh faktor lain.

REFERENSI

- A. Salim, M. Setiawan, R Rofiaty, F. Rohman. (2018). Focusing On Complaints Handling for Customer Satisfaction and Loyalty : The Case Of Indonesian Publik Banking. European Research Sudies journal, Vol. 21 Issue 3.
- Adhitya. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Kendaraan Bermotor PAda PT. Asuransi Bumida Cabang Padang. Jurnal Fakutas Ekonomi Bung Hatta, Vol 6 No 2.
- Aditya Yoga Prasetya, E. W. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Manajemen Penanganan Keluhan Pelanggan Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan E-Commerce C2C Bukalapak). Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Terapan, Vol 9 No 2 ISSN 2086-3748.
- Ahmed Tolba, Iman Seoudi, Hakim Meshriki, Mina AbdelShahid. (2015). Impact Of Ethical Sales Behavior, Quality And Image On Customer Satisfaction And Loyalty: Evidence From Retail Banking In Egypt. International Journal Of Management And Marketing Research, Vol: 8 No: 2.

- Alma, H. B. (2019). *Manajemen Pemasaran Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Alrubaiee, L. (2012). Exploring The Realionship Between Ethical Sales Behavior, Realtionship Quality, and Customer Loyalty. *Internasional Journal Of Marketing Studies*, Vo. 4 No. 1.
- Aris Tri Haryanto, Septiana Novita Dewi. (2018). Peran Mediator Kepuasan Untuk Mengaloborosi Kualitas Pelayanan, Citra Dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas (Studi Pasien BPJS) Di Rumah Sakit Amal Sehat Sragen. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, Vol. 6 No. 1 DOI: 10.26486/jpsb.v6i1:Februari.416.
- Catur Rismiati, Ig. Bondan Suratno. (2006; 270). *Pemasaran Barang Dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Chun-Mei Chen, Hsian-Ming Liu. (2017). Exploring The Impact Of Airline Service Quality On Customer Loyalty : Evidence From Taiwan. *International Journal Of Business And Management*, Vol.12 No. 5 P-ISSN : 1833-3850.
- Didin Fatihudin & Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Dwi Adhitya P, D. K. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Kendaraan Bermotor PAda PT. Asuransi Bumida Cabang Padang. *Jurnal Fakutas Ekonomi Bung Hatta*, Vol 6 No 2.
- Gunawan, Maria Magdalena Min Hasionarsih, Leonardo Budi Hasiolan. (2015). Pengaruh Manfaat Relasional, Penanganan Keluhan Dan Diversifikasi Produk Terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal Of Management*, Vol 1 No 1 ISSN : 2502-7689.
- Hafizh, A., Rahma, T. I. F., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(02).
- Hasibuan, M. T., Maidalena, M., & Harahap, R. D. (2023). Evaluasi Kebutuhan Tenaga Kerja Pada Divisi Pelayanan SDM dan Umum Regional 1 PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Dengan Pendekatan Metode Full Time Equivalent (FTE). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5765-5775.
- Kurnia Budhy Scorita, Adi Nurmahdi. (2018). Kuaiatas Layanan Dan Citra Merek Berpengaruh Pada Kepuasan Nasabah Serta BERdampak Terhadap Loyalitas. *Jurnal Administrasi Kantor*, Vol.6 No.2 P-ISSN: 2337-6694.
- Malian, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, penanganan Komplain, Citra Dan Kepuasan Terhadap Bank BRI Unit Kebun Bunga Palembang. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol.02 No. 2.
- Manurung, N. T. N., & Rahmani, N. A. B. (2023). Analisis Sistem Pelayanan Komplain Air Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Kinerja PERUMDA Tirtanadi Cabang Sei Agul. *INFORMATIKA*, 11(3), 161-169.
- Marita Vos, Henny Schoemaker. (2006). *Monitoring Public Preception Of Orgnization*. Den Hag: Boom Onderwijs.
- Marisa, D., Anggraini, T., & Syahriza, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Jiwa Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pt

- Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Cabang Medan). EKSAYA: Jurnal Ekonomi Syariah, 4(2), 107-124.
- Mauludin, H. (2013 ; 67). Marketing Research : Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mehrnoush Emaratkar, Esfandiar Doshmanziari, Mohammad Sadegh Ziaei. (2018). Studying The Effect Of Salespersons' Characteristics And Relational Selling Behavior On Customers Loyalty (Case Study: Tehran Sarmayeh Bank Branches). Assian Journal Of Management Sciences & Education, Vol 7(1).
- Mutmainah. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa.
- Nanda Putri Prameswari, S. R., & Astuti, P. d. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Asuran "P" Di Kota Semarang. Fokus Ekonomi, Vol. 6 No. 2.
- Nathania Ennita Hiuwanto, T. N. (2019). Citra Siloam Hospital Surabaya di Mata Pengunjung Unit Medical Chek Up. Jurnal E-Komunikasi Univ. PETRA, Vol 7 No 2.
- Nunuk Herawati, Murni Sulistyowati. (2019). Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain Dan Fasilitas Teknoogi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo. Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan, Vol. 6 No. 2 ISSN : 1979-2700.
- Olivia Tjndra, Graciana Eveline Andriani, Thomas S. Kaihatu, Agustinus. (2016). Analisa Pengaruh Citra PERusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Peanggan Sebagai Variabel Perantara Di Restoran Bon Cafe Surabaya. Manajemen Perhotelan Petra.
- Parasuraman, A. V. (1988). SERQUAL: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. Journal Of Retailing, Vol. 64.
- Pulungan, S., & Daulay, A. N. (2024). INOVASI PRODUK ASURANSI SYARIAH DI ERA DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN DI INDONESIA. Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP), 7(4), 16224-16226.
- Purwito Kesdu, Joko Sekti Riyadi. (2019). Membangun Loyalitas Pasien Dengan Penanganan Komplain Dalam Mewujudkan Mutu Pelayanan DI RSUD Surakarta. Jurnal Ekonomi Dan Perbankan, Vol. 4 No. 1 ISSN : 2579-5597.
- Putri Apriyanti, Djasuro Surya, Lutfi. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan NASabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT), Vol. 1(2) ISSN (Online) 2599-0837.
- R. Sapto Roedy Widijanto, Basuki Rachmat. (2019). Effect Of Bank Commitment, Bank Communication And Handling Customer Complaint On Customer Loyalty Customer

- Satisfaction At PT BAnk Central Tbk Of Mjaopahit Sub-Branch Office. Internastional Journal Of Multicultural And Multireligiuos Understanding, Vol 6 Issue 2 ISSN : 23645369.
- Ryan Kurniawan, Sucherly, Surachman. (2016). The Influence Of Customer Handling On Brand Image In Building Customer Loyalty. International Journal Of Scientific & Technology Research , Vol. 5 Issue 05 ISSN 2277-8616.
- Safitri. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Service Center (Studi Pada Pelanggan Samsung Servive Center di Kota Malang). Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 21, Nomer 1.
- Sari, W. K. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kompetensi Tenaga Penjualan, Persepsi Harga dan Variasi Produksi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empris Pada PT. Libera Farma Semarang.
- Prosiding Seminar Nasional & Call For Papers , 01 - 15.
- Soendra, Y. (2015). Analisis Pengaruh Kompentensi Tenaga Penjual, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pengelola Outlet Binaan PT. Bakrie Telecom Surabaya. eJurnal Ilmu Manajemen MAGISTRA, Vol. 1 No. 2.
- Steven Darwin, Y. S. (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.
- Tejaningtyas, R. A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penangan Komplain dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada PT. AIA Financial Cabang Surakarta). Riset Manajemen & Akuntansi , Volume 6 Nomer 1 Edisi Mei.
- Tuan, N. M. (2015). The Impact Of Sales Behavior On Customer Loyalty : A Case From Vietnam. International Journal Of Business And Management, Vol: 10 No: 3.
- Wulan Kartika Sari. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kompetensi Tenaga Penjualan, Persepsi Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada PT. Libera Farma Semarang). Presiding Seminar NAsional & Call For Papers, 01 - 15.