

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Asuransi Syariah merupakan salah satu bisnis yang tidak terlepas dari persaingan. Persaingan ketat yang dihadapi oleh masing-masing lembaga memaksa pihak manajemen untuk merancang strategi agar nasabah tetap loyal. Karena itu pada asuransi syariah diperlukan adanya kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas para pemegang polis, Kondisi seperti ini dapat dimaknai bahwa asuransi syariah tidak dapat hanya bertahan dan menggunakan pendekatan serta mempertahankan nasabah yang ada dengan memanfaatkan sentimen emosional saja karena alasan agama. Asuransi syariah harus dapat mencari solusi tepat dalam bertahan dan menarik pelanggan.

Krisis multi dimensi yang dirasakan masyarakat saat ini, dapat dirasakan salah satunya adalah tingginya biaya pendidikan. Padahal pendidikan menjadi kebutuhan dasar manusia di muka bumi ini. Tingginya biaya pendidikan saat ini dirasakan oleh semua kalangan masyarakat terutama masyarakat kalangan menengah ke bawah.

Untuk itu membuat masyarakat sadar betapa pentingnya jasa asuransi ini sebagai sarana untuk menjamin kesejahteraan sosial, ekonomi, finansial masyarakat. Dari sini kita dapat lihat prospek yang cerah dari pemasaran jasa asuransi. Melihat perkembangan ini tidak mengherankan bila perusahaan asuransi semakin lama semakin berkembang. Yang penting dalam menghadapi persaingan ini asuransi harus selalu meningkatkan pelayanannya, sehingga dapat bertahan dan berhasil.<sup>1</sup>

Keberadaan produk asuransi syari'ah selain karena tuntutan pasar juga dikarenakan keberadaan suatu produk dalam rangka menjaga komitmen terhadap prinsip-prinsip syari'ah, terutama kemaslahatan ummat dan rahmat bagi alam. Kondisi ini menunjukkan bahwa selain karena orientasi bisnis,

---

<sup>1</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, ALFABETA, Bandung, 2002, hlm. 278.

asuransi syari'ah juga berorientasi pada syiar Islam. Hal inilah yang menjadikan asuransi syari'ah dituntut lebih aktif, kreatif dan inovatif terhadap berbagai perkembangan di dalam kehidupan masyarakat.<sup>2</sup>

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi, sehingga dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik dan memuaskan. Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan memposisikan secara positif produk perusahaan dimata konsumen atau pelanggannya.<sup>3</sup>

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: performa produk atau jasa, citra perusahaan atau produk, nilai harga yang dihubungkan dengan nilai yang diterima konsumen, kinerja atau prestasi karyawan, dan persaingan, kelemahan kekuatan para pesaing juga mempengaruhi kepuasan konsumen.<sup>4</sup>

AJB Bumiputera Syari'ah Kudus dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen berusaha menerapkan strategi harga yang tepat serta memberikan fasilitas sesuai keinginan konsumen. Strategi harga yang diterapkan oleh AJB Bumiputera saat ini didasarkan pada strategi harga yang diharapkan (*expected price*), yaitu harga yang diharapkan dapat diterima oleh konsumen. Adanya kesesuaian antara harga dan produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi pelanggan. Jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan.<sup>5</sup>

Asuransi melibatkan adanya pembayaran premi yang dilakukan secara kontinu dengan rentang waktu tertentu sebagai jaminan dalam perlindungan

---

<sup>2</sup>Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah :Deskripsi dan Ilustrasi*, Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta, 2003, hlm. 123.

<sup>3</sup>Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2010, hlm. 166.

<sup>4</sup>Setyaningsih Sri Utami, "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam mempergunakan Jasa Transportasi PT. Solo Central Taxi di Surakarta", *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, April 2009, hlm. 38.

<sup>5</sup>Wuryanti Koentjoro, "Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas yang Syar'i Pemegang Polis Asuransi Syariah", *Ekobis*, Vol. 10, No. 2, Juli 2009, hlm. 375.

yang ditawarkan. Perusahaan asuransi merupakan perusahaan finansial yang bergerak dibidang pelayanan jasa dengan produknya yang berupa perlindungan resiko.

Dalam industri asuransi, setiap pemegang polis memiliki kriteria sendiri-sendiri untuk memilih perusahaan asuransi yang diinginkannya. Ada pemegang polis yang menginginkan suatu perusahaan asuransi bisa memberikan keuntungan lebih selain proteksi diri seperti bunga investasi yang tinggi. Ada pula pemegang yang menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, reputasi yang baik, dan harga (premi) yang bisa terjangkau.<sup>6</sup>

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

Berdasarkan survey di lapangan yaitu pada AJB Bumiputera Syari'ah Kudus penulis menemukan beberapa masalah, diantaranya yaitu manfaat yang tidak sesuai dengan harga premi yang dibayarkan nasabah akan berujung pada meningkatnya jumlah nasabah yang menutup polis dikarenakan oleh ketidakmampuan nasabah dalam membayar sejumlah uang untuk produk asuransi yang dipilihnya. Terjadinya peningkatan dalam penutupan polis oleh nasabah diakibatkan oleh adanya ketidakpuasan nasabah. Ketidakpuasan nasabah diakibatkan oleh adanya perbedaan ekspektasi nasabah dengan kinerja produk yang telah dibeli. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diterima maka akan memutuskan hubungan yang baik dengan perusahaan.

Selain itu asuransi akan bermasalah bilamana terjadi klaim. Akan tetapi tidak dapat dipungkiri pula bahwa masalah terbesar pada asuransi adalah pada saat pengajuan klaim yang dilakukan oleh peserta asuransi. Tentulah bukan

---

<sup>6</sup>Intan Hidayatillah1, Sri Suryoko2 dan Bulan Prabawani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi terhadap Keputusan Pemegang Polis dalam Memilih Asuransi bumiputera 1912 (Studi Kasus pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang)", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, hlm. 3.

perkara yang mudah untuk mengajukan klaim kepada asuransi. Sebagaimana dalam transaksi bisnis lainnya, asuransi mempunyai potensi terjadinya sengketa lebih tinggi. Kontrak asuransi dituangkan dalam bentuk polis, yang merupakan perjanjian-perjanjian yang sangat spesifik. Masyarakat umumnya berpendapat bahwa, bilamana mereka membeli polis asuransi dan membayar premi, maka segala bentuk resiko akan ditanggung oleh perusahaan asuransi.

Pada prinsipnya, tolak ukur kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh asuransi adalah dalam hal penyelesaian klaim kepada tertanggung. Karena prosuk dalam asuransi adalah suatu janji di masa yang akan mendatang, maka dapat merasakan pelayanan itu memuaskan atau tidak tergantung pada saat terjadi suatu musibah atau kerugian (klaim).

Setiap perusahaan selalu berupaya untuk tetap eksis serta selalu ingin tumbuh dan berkembang. Tidak akan ada perusahaan ingin bangkrut. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Dalam upaya untuk pencapaian tujuan perusahaan maka perlu diketahui bagaimana nilai pelanggan diciptakan oleh suatu perusahaan dan bagaimana nilai pelanggan yang baik yang dapat memberikan kepuasan pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan yang berkelanjutan dan berkesinambungan dicapai melalui nilai pelanggan yang dapat terus dijaga dan ditingkatkan.

Keberhasilan setiap usaha atau bisnis saat ini ditentukan oleh pelanggan. Siapa yang dapat menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan secara memuaskan, dialah yang akan memenangkan persaingan. Sedemikian pentingnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam setiap kegiatan usaha maka setiap kegiatan dari setiap fungsi dalam suatu perusahaan harus berorientasi kepada kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan (*service quality*) telah hampir menjadi faktor yang menentukan dalam menjaga keberlangsungan suatu organisasi birokrasi pemerintah maupun organisasi perusahaan. Pelayanan yang baik yang dan

sesuai kebutuhan pengguna jasa publik, sangat penting dalam upaya mewujudkan kepuasan pengguna publik (*customer satisfaction*)<sup>7</sup>

Memberikan pelayanan yang unggul merupakan strategi yang menang karena dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Kualitas pelayanan sangat penting dalam usaha yang bergerak pada bidang jasa. Di sinilah yang membedakan perusahaan jasa dengan perusahaan bukan jasa, yakni dengan memberikan pelayanan dengan konsisten.

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu isu yang sangat krusial dalam studi manajemen. Hal ini terjadi karena di satu sisi tuntutan masyarakat terhadap perbaikan kualitas pelayanan dari tahun ke tahun menjadi semakin besar. Sementara praktik pelayanan tidak mengalami perbaikan yang berarti.

Setiap orang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau jasa bersangkutan ketika digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan.<sup>8</sup>

Pada perusahaan asuransi syariah selain kecepatan dan ketepatan dalam melayani peserta, faktor amanah dan kejujuran harus benar-benar diperhatikan, sebab tujuan utama yang ingin dicapai dalam konsep operasional perusahaan dalam mencari *profit* yaitu tolong menolong untuk kebaikan dan ketakwaan. Bagaimanapun juga, perusahaan asuransi syariah merupakan lembaga bisnis yang bergerak dalam bidang produk jasa dan pengelolaan resiko yang memberikan janji-janji perlindungan dan jaminan ganti rugi yang pastinya akan mengedepankan *benefit* dalam prospek bisnisnya.<sup>9</sup>

Perjalanan Bumiputera yang sudah satu abad melayani masyarakat Indonesia banyak mengalami berbagai hal, banyak kompetitor yang bermunculan untuk bersaing dengan Bumiputera, mereka berlomba-lomba

---

<sup>7</sup>Waluyo, *Manajemen Publik (Konsep, Aplikasi dan Implementasinya dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah)*, Mandar Maju, Bandung, 2007, hlm. 129.

<sup>8</sup>Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen : Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen*, CAPS, Yogyakarta, 2013, hlm. 115.

<sup>9</sup>Desmadi Saharuddin, *Pembayaran Ganti Rugi pada Asuransi Syariah*, Prenada Media Group, Jakarta, 2015, hlm. 81.

untuk menarik masyarakat dengan program asuransi pendidikan yaitu suatu program yang dirancang khusus untuk pendidikan anak.

Data tentang kepuasan nasabah yaitu kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga dapat disimpulkan pula bahwa kepuasan pelanggan itu sendiri dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan malah akan menjadi iklan berjalan.

Para pakar telah mengembangkan banyak teori tentang pengukuran kualitas pelayanan dari suatu jasa. Salah satu yang paling populer adalah metode SERVQUAL, yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk. Teori pengukuran kualitas pelayanan dengan metode SERVQUAL bertitik berat pada pengukuran *Service Quality* yang dipusatkan penilaian pada lima dimensi yang diukur dengan indikator di dalamnya. Kelima dimensi itu adalah *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kemampuan), *Tangibles* (wujud sarana prasarana), *Empathy* (rasa empati), *Responsiveness* (daya tanggap).<sup>10</sup>

Ada beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yaitu Penelitian yang dilakukan oleh Paramananda dan Agus Satria tentang “*pengaruh tarif premi, kualitas pelayanan, daya tarik iklan, dan citra merek terhadap loyalitas nasabah*”. Dalam penelitian ini menggunakan banyak variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah diantaranya yaitu tarif premi, kualitas pelayanan, daya tarik iklan, dan citra merek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel tarif premi dan kualitas pelayanan. Dari hasil analisis parsial membuktikan bahwa antara X1, X2, X3, dan X4 ada hubungannya dengan Y. Dari hasil uji F secara serempak diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yang berarti  $H_0$  ditolak. Dari hasil uji t yang  $t_{hitung} > t_{table}$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang membuktikan

---

<sup>10</sup>Wuryati Koentjo, *Op. Cit*, hlm. 377.

bahwa ada pengaruh yang nyata antara tarif premi terhadap loyalitas nasabah.<sup>11</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis terdapat pada variabel tarif premi, sedangkan perbedaannya di dalam jurnal ini membahas tentang tarif premi terhadap loyalitas yang akan saya lakukan tidak meneliti tarif premi asuransi terhadap loyalitas nasabah melainkan harga premi asuransi syariah terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Azis tentang “*pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan kepercayaan nasabah asuransi jiwa bumi asih jaya distrik Palu*”. Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif sebesar 0,037 atau dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,421. Ini artinya bahwa setengah dari jumlah nasabah yang puas akibat adanya kualitas layanan yang baik menjadi percaya kepada perusahaan. Hal ini disebabkan karena masih adanya nasabah yang belum yakin betul bahwa perusahaan menjamin dana nasabah yang disimpan oleh perusahaan.<sup>12</sup>

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis terdapat pada variabel kualitas layanan, sedangkan perbedaannya di dalam jurnal ini membahas 6 dimensi terhadap kualitas layanan yaitu *reliability and trustworthiness, professionalism and skills, recovery, accessibility and flexibility, reputation and credibility, attitudes and behavior*. Penelitian yang akan saya lakukan yaitu membahas 5 dimensi dari kualitas pelayanan yakni *reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles*.

Penelitian yang dilakukan oleh Arief Syah Safrianto tentang “*analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan tanda 360 Bank OCBC NISP*”. Berdasarkan penelitian variabel kualitas pelayanan dapat dijadikan pengukuran terhadap kepuasan nasabah tabungan tanda 360 bank OCBC NISP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari pengujian validitas

---

<sup>11</sup>Paramananda dan Agus Satria, “Pengaruh Tarif Premi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Iklan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Nasabah”, *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 4, 2015, hlm. 1142.

<sup>12</sup>Abdul Aziz, “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Asuransi Jiwa Bumi Asih Jaya Distrik Palu”, *Jurnal KIAT Universitas Alkhairaat*, Juni 2016, e-ISSN : 2527-7367, hlm. 27.

seluruh item yang mempunyai nilai  $r$  hitung lebih besar dari 0,3. Sehingga item koefisioner valid dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.<sup>13</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis terdapat pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya di dalam jurnal ini membahas tentang pengaruh strategi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Tanda 360 Bank OCBC NISP. Penelitian yang akan saya lakukan yaitu meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah mitra iqra' plus pada AJB Bumiputera Syari'ah Kudus.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Hartana tentang “*pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT (PERSERO) asuransi kredit Indonesia*”. Berdasarkan pada hasil pengujian dan analisis penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa: dari kelima koefisien jalur kualitas layanan (*service quality*) meliputi *tangibles* (TAN), *reliability* (REL), *responsiveness* (RES), *assurance* (ASS), dan *emphaty* (EMP), variabel yang memiliki nilai  $t$  (T-Value) yang lebih besar dari 1,96 hanya antara *tangibles* (TAN) terhadap *customer satisfaction* (CUS) sebesar 1,97 dengan nilai korelasi 0,16 atau 16%; dan *assurance* (ASS) terhadap *customer satisfaction* (CUS) sebesar 5,69 dengan nilai korelasi sebesar 0,74 atau 74%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa untuk kualitas layanan (*service quality*) hanya hipotesis 1 (*tangibles*) dan hipotesis 4 (*assurance*) yang diterima dan memberikan pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Berdasarkan model teoritis yang diajukan dalam penelitian ini dan pengujian secara empiris dengan menggunakan analisa *Structural Equation Model* (SEM) yang hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan (*service quality*) dengan dimensi *Tangibles* dan *Assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Sedangkan dimensi lainnya (*Reliability*, *Responsiveness*, dan *Emphaty*) tidak memberikan pengaruh secara signifikan

---

<sup>13</sup> Arief Syah Safrianto, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 4. No. 1, Januari 2016, hlm. 6.

terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Sementara dimensi kepercayaan (*Trust*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) memberikan pengaruh signifikan terhadap kesetiaan pelanggan (*Customer Loyalty*).<sup>14</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis terdapat pada variabel kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaan dalam jurnal ini membahas adanya variabel *trust* (kepercayaan) tetapi dalam penelitian yang akan saya lakukan tidak membahas itu.

Penelitian yang dilakukan oleh Dibyantoro Alhushori Gustriani yang berjudul “*pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabungan BTN Batara studi kasus: PT Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Palembang*” menyatakan bahwa hasil penelitian yang dilakukan telah dilakukan dengan pengujian koefisien determinasi, dapat diketahui pengaruh variabel kualitas pelayanan yang meliputi variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati/perhatian terhadap kepuasan sebesar 52,24%, sedangkan sebesar 47,76% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Uji F menunjukkan bahwa  $P_{\text{value}} 0,000 < 0,05$  dan  $F_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $F_{\text{tabel}}$  ( $15,102 > 2,39$ ) artinya ada pengaruh antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap variabel kepuasan.<sup>15</sup> Persamaan penelitian terdahulu adalah mengenai kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan 5 indikator yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sedangkan yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan yang akan diteliti peneliti kali ini adalah variabel premi asuransi syari’ah.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, keberadaan Bumiputera di Kudus merupakan tempat yang strategis dan menguntungkan bagi perusahaan. Ini dibuktikan dengan adanya masyarakat berbondong-

---

<sup>14</sup>Agus Hartana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan PT (PERSERO) Asuransi Kredit Indonesia”, *Jurnal Asuransi dan Manajemen Resiko*, Vol. 2, No. 2, September 2014, hlm. 13.

<sup>15</sup>Dibyantoro Alhushori Gustriani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Tabungan BTN Batara Studi Kasus: PT Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Palembang”, *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, Vol. 2, No. 3, September 2012, hlm. 254.

bondong mendaftarkan dirinya dan keluarganya dalam berasuransi, karena kesadaran manusia untuk melindungi dirinya beserta keluarganya. Nasabah di AJB Bumiputera Kudus tidak masyarakat Kudus sendiri melainkan kota di sekelilingnya yakni Jepara, Pati, Rembang, Demak dan sekitarnya. Inilah yang menjadikan AJB Bumiputera Syariah Kudus selalu menduduki peringkat pertama se-Jawa Tengah.

Dari beberapa penelitian di atas, tidak satupun yang secara spesifik meneliti mengenai harga premi asuransi syariah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi. Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk membahas atau meneliti lebih lanjut. Maka peneliti tertarik untuk mengambil judul: *“Pengaruh Harga Premi Asuransi Syari’ah dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Mitra Iqra’ Plus (Studi Kasus Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Syari’ah Kudus)”*

#### **B. Rumusan Masalah Penelitian**

1. Apakah Harga Premi Asuransi Syari’ah Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Mitra Iqra’ Plus di AJB Bumiputera 1912 KPS Kudus?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Mitra Iqra’ Plus di AJB Bumiputera 1912 KPS Kudus?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penulisan ini adalah:

1. Menguji secara empiris pengaruh premi asuransi terhadap kepuasan nasabah asuransi mitra iqra’ plus di AJB Bumiputera 1912 KPS Kudus.
2. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi mitra iqra’ plus di AJB Bumiputera 1912 KPS Kudus.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dapat menambahkan khasanah pengetahuan dan wawasan ekonomi syariah khususnya tentang kepuasan nasabah asuransi mitra iqra' plus di AJB Bumiputera 1912 KPS Kudus.
  - b. Sebagai referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya dibidang yang sama mengenai asuransi syariah khususnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kinerja AJB Bumiputera 1912 KPS Kudus.
  - b. Dengan penelitian ini diharapkan pihak Asuransi dapat mengetahui tentang gambaran pertimbangan para anggota dalam mengambil Asuransi Mitra Iqra' Plus.
  - c. Manfaat bagi nasabah dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi maupun simpanan.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, dan daftar tabel.
2. Bagian Isi meliputi:

Pada bagian ini, memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab I dengan bab lainnya saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Adapun kelima bab itu sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang kepuasan nasabah, harga premi asuransi syari'ah, kualitas pelayanan, asuransi syariah, mitra iqra' plus, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, metode analisis data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis data, serta pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang simpulan, saran-saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan, dan lampiran-lampiran.