



# **Faktor-Faktor Minat Nasabah Memilih Asuransi Syariah Pasca Berlakunya BPJS Kesehatan (Studi pada Nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Yogyakarta)**

*Zaid Raya Argantara*  
*Insitut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan*  
*zaidrayaargantara.@gmail.com*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi minat masyarakat menggunakan asuransi syariah swasta pasca berlakunya BPJS kesehatan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif, dengan populasi nasabah yang ada di asuransi syariah pada AJB Bumiputera 1912 Cabang syariah Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik pengkodean (pengkodean terbuka, pengkodean berporos dan pengkodean terpilih). Faktor-faktor yang menjadi minat nasabah memilih asuransi syariah swasta pasca berlakunya BPJS kesehatan antara lain: Faktor pelayanan, faktor ini menjadi faktor utama dalam penelitian ini, dimana Bumiputera mampu menjawab permasalahan pelayanan yang diberikan BPJS. Bumiputera menawarkan pelayanan penjemputan pembayaran premi sampai pengajuan klaim dapat dilakukan di tempat kediaman masing-masing. Faktor yang kedua yaitu pendapatan (*return*), Bumiputera menawarkan pendapatan yang kompetitif, yang mana pemegang polis tidak hanya mendapatkan manfaat dari nilai klaimnya, akan tetapi juga mendapatkan nilai investasinya di akhir tempo yang sudah disepakati. Adapun faktor selanjutnya yaitu faktor promosi yang proaktif dan faktor produk yang inovatif sehingga dapat menjangkau lapisan masyarakat hingga sampai pedalaman.

**Kata Kunci:** Minat, Nasabah, Asuransi Syariah

## **Abstract**

This study aims to find out what factors are the public's interest in using private sharia insurance after the enactment of BPJS health. This study uses a qualitative research design, with a population of customers in sharia insurance at AJB Bumiputera 1912 Yogyakarta sharia branch. The data analysis technique used is coding technique (breaking breaking coding, pivot coding and selective coding). The factors that are of interest to customers in choosing private sharia insurance after the enactment of BPJS health include: Service factor, this factor is the main factor in this study, where Bumiputera is able to answer the problems of services provided by BPJS. Bumiputera offers a premium payment pick-up service until the claim can be submitted at their respective residences. The second factor is income (*return*),

Bumiputera offers competitive income, where policyholders not only benefit from the value of their claims, but also get the value of their investment at the end of the agreed term. The next factors are proactive promotional factors and innovative product factors so that they can reach all levels of society to the interior.

**Keywords:** Interests, Customers, Sharia Insurance

## Pendahuluan

Perkembangan industri jasa keuangan di Indonesia terus berkembang pesat tidak hanya di sektor perbankan namun juga sektor non perbankan. Secara garis besar lembaga keuangan dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu lembaga keuangan bank dan non lembaga keuangan non bank. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sedangkan peran lembaga keuangan non bank (LKNB) juga berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana dari dan pada masyarakat, maksudnya adalah untuk menunjang perkembangan pasar uang dan modal serta membantu permodalan perusahaan-perusahaan. Akan tetapi, lembaga keuangan non bank tidak dapat secara langsung menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan dan deposito berjangka<sup>1</sup>.

Salah satu lembaga keuangan non bank yang berperan penting dalam industri keuangan di Indonesia adalah Asuransi. Oleh karena itu, di dalam dunia asuransi kegiatan pembayaran premi oleh nasabah dapat diibaratkan sebagai deposito jangka panjang dan digunakan oleh pihak-pihak yang membutuhkan terutama perusahaan-perusahaan yang membutuhkan pinjaman dana dalam jumlah besar dan dalam jangka panjang.

Perkembangan asuransi di Indonesia tidak dapat dinikmati semua kalangan masyarakat, hal ini dikarenakan banyak dari masyarakat tidak mampu untuk membayar premi yang disaratkan di dalam perusahaan asuransi. Ketidakmampuan masyarakat untuk memiliki jaminan disalah satu perusahaan asuransi menjadi tugas pemerintah untuk bisa memberikan jaminan atas resiko yang akan dihadapi oleh masyarakat miskin yang tidak mampu menjadi Anggota di perusahaan asuransi. Hal

---

<sup>1</sup> UUD No. 10 Th 1998 perubahan UUD No.7 Th 1992 tentang Perbankan

ini mengacu pada Undang-Undang No 24 tahun 2011 yang mewajibkan pemerintah untuk memberikan lima jaminan dasar bagi seluruh masyarakat Indonesia. Yaitu jaminan kesehatan, kecelakaan kerja, kematian, pensiun, dan tunjangan hari tua. Jaminan dimaksud akan dibiayai oleh 1) perseorangan, 2) pemberi kerja, dan/atau 3) Pemerintah.

Menanggapi UUD No. 24 Th 2011 pemerintah membuat suatu program berdasarkan atas asas tolong menolong yang kita kenal dengan BPJS ( Badan Penyelenggara Jaminan Sosial). BPJS yang telah dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 Tentang BPJS, merupakan transformasi dari empat Badan Usaha Milik Negara (Askes, ASABRI, Jamsostek dan Taspen).

Program BPJS kesehatan secara resmi diberlakukan oleh pemerintah sejak tanggal 31 Desember 2013 dan resmi berjalan sejak tanggal 1 Januari 2014. Adanya program BPJS membantu masyarakat kurang mampu mendapat jaminan kesehatan. Meskipun program ini berdampak positif bagi masyarakat yang kurang mampu, akan tetapi sifatnya yang tolong menolong mewajibkan seluruh warga negara Indonesia dan warga negara asing yang bekerja di Indonesia paling sedikit 6 bulan dalam ikut andil menjadi peserta BPJS, baik secara personal maupun perusahaan dengan membayar nominal iuran yang telah di tentukan seperti halnya yang tercantum dalam UUD RI No. 24 Tahun 2011 tentang BPJS BAB 5 Pasal 14.

UUD RI No. 24 Tahun 2011 tentang BPJS BAB 5 Pasal 14 disinalir akan menghambat pertumbuhan asuransi syariah swasta, hal ini di karenakan masyarakat atau perusahaan akan beralih menggunakan BPJS yang sifatnya wajib dari pada ikut serta di dalam asuransi syariah swasta yang sifatnya kepercayaan. Terlepas dari UUD RI No. 24, masyarakat tetap memmpunyai hak penuh untuk memilih dengan menggunakan BPJS ataupun menemabahnya dengan asuransi swasta.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka menarik untuk dilakukan penelitian terkait faktor-faktor minat nasabah dalam memilih Asuransi Syariah yang dikelola Swasta, pasca berlakunya kewajiban untuk mengikuti BPJS kesehatan dari pemerintah, penelitian ini memilih nasabah asuransi syariah Bumiputera cabang syariah Yogyakarta, mengingat AJB Bumiputera menjadi salah satu asuransi swasta yang sudah eksis sejak tahun 1912.

## Landasan Teori

### 1. Pengertian Asuransi

Asuransi berasal dari bahasa Inggris, *insurance*. *Insurance* mempunyai pengertian: asuransi, jaminan. Kata asuransi dalam bahasa Indonesia telah diadopsi ke dalam kamus besar bahasa Indonesia dengan padanan kata pertanggunggaan. Asuransi dimaksud, menurut Wirjono Prodjodikoro adalah suatu persetujuan pihak yang menjamin dan berjanji kepada pihak yang dijamin, untuk menerima sejumlah uang premi sebagai pengganti kerugian, yang mungkin akan diderita oleh yang dijamin karena akibat dari suatu peristiwa yang belum jelas<sup>2</sup>.

Dalam bahasa Arab, Asuransi disebut *At-ta'min* yang berasal dari kata *amana* yang memiliki arti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman dan bebas dari rasa takut.

Dari kata *amana* di atas yang merupakan kata dasar *at-ta'min* muncul kata-kata lain secara artinya memiliki kemiripan, yaitu:

- a. Aman dari rasa takut
- b. Amanah lawan kata dari khianat
- c. Iman lawan dari kekufuran
- d. Memberi rasa aman

Asuransi syariah dikenal juga dengan nama takaful berasal dari kata *kafala-yakfulu-kafaalatan* yang secara etimologi berarti menjamin atau saling menanggung, sedangkan dalam pengertian muamalah berarti saling memikul risiko di antara sesama orang sehingga antara satu dan yang lain menjadi penanggung atas risiko yang lain. Hal itu dikenal dengan sistem *sharing of risk* (Amrin :2006).

Berdasarkan Fatwa DSN No.21/DSNMUI/X/2001, Asuransi Syariah (*Ta'min, Takaful, Tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau tabarru' memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah<sup>3</sup>.

### 2. Pengertian Minat Nasabah

---

<sup>2</sup> Abdullah Amrin, Asuransi Syariah Keberadaan dan Kelebihannya di Tengah Asuransi Konvensional, Jakarta: PT Gramedia, 2006, hlm. 5.

<sup>3</sup> Fatwa-Fatwa Dewan Syariah Nasional Nasional MUI revisi 2006

Dalam Kamus umum Bahasa Indonesia minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan. Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai, dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari obyek<sup>4</sup>.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat<sup>5</sup>.

Dari beberapa pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa minat adalah suatu tindakan yang didasarkan atas motifasi seseorang untuk memiliki hubungan pada suatu obyek dengan tanpa adanya paksaan sehingga mendapatkan kepuasan dari apa yang dilakukannya, semakin besar kepuasan yang didapatkannya maka semakin besar pula minat yang diberikan.

### 3. Pengertian BPJS Kesehatan

UU no. 24 tahun 2011 tentang BPJS pasal 7 ayat (1) dan Ayat (2), pasal 9 ayat (1) dan UU. No. 40 Tahun 2011 Tentang SJSN, Pasal 1 Angka 8, Pasal 4 Dan Pasal 5 ayat (1). Badan Penyelenggara jaminan social kesehatan (BPJS Kesehatan) adalah badan hukum *public* yang bertanggung jawab kepada presiden dan berfungsi menyelenggarakan program jaminan kesehatan bagi seluruh penduduk Indonesia termasuk orang asing yang bekerja paling singkat 6 (enam) Bulan di Indonesia.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) yang telah dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 Tentang BPJS yang merupakan transformasi dari empat Badan Usaha Milik Negara (Askes,ASABRI, Jamsostek dan Taspen). Melalui Undang-Undang No 24 tahun 2011 ini, maka dibentuk 2 (dua) BPJS, yaitu BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan. BPJS Kesehatan menyelenggarakan program jaminan kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan

---

<sup>4</sup> Kismono dan Gugup. 2001 *Pengantar Bisnis*, Edisi I, Cetakan I, BPFE, Yogyakarta

<sup>5</sup> Lamb, Chales W., Hair, Joseph F., and McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. (Terjemah : David Octavaria). Jakarta: Salemba Empat.

menyelenggarakan program jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua, jaminan pensiun, dan jaminan kematian. Dengan terbentuknya kedua BPJS tersebut maka jangkauan kepesertaan program jaminan sosial akan diperluas secara bertahap<sup>6</sup>

Program BPJS Kesehatan merupakan program jaminan kesehatan dari pemerintah in menerapkan asas tolong menolong, dengan asas masyarakat yang mampu menolong masyarakat tidak mampu, sehingga masyarakat yang kurang mampu dapat tertolong dengan premi atau iuran yang dibayarkan oleh masyarakat yang mampu.

### **Metode Penelitian**

#### **1. Desain Penelitian**

Desain penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat, misalnya kalimat hasil wawancara antara peneliti dan informan. Penelitian kualitatif bertolak dari filsafat konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh individu-individu. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang diajak berwawancara, diobservasi, diminta memberikan data, pendapat, pemikiran, persepsinya<sup>7</sup>.

#### **2. Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah nasabah asuransi syariah pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Yogyakarta.

##### **b. Sampel**

---

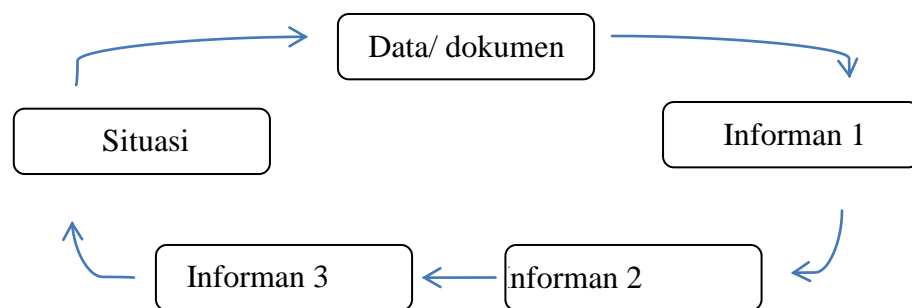
<sup>6</sup> Djojosoedarso, Soeisno . 2003. *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*, Jakarta: Salemba Empat.

<sup>7</sup> Sugiono. 2008 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R& D* , Bandung: Alfabeta.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Adapun pengambilan sampel pada penelitian ini mengambil 10 orang yang mewakili populasi nasabah yang ada di asuransi syariah pada AJB Bumiputera 1912 Cabang syariah Yogyakarta.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data di dalam penelitian ini yaitu dengan teknik wawancara, observasi lapangan, dan dokumen terkait untuk mendukung penelitian. Secara sederhana teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :



### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain<sup>8</sup>.

Menurut Janice Mc Drury (*Collaborative Group Analysis of Data dalam moleong, 1999*) tahapan analisis data kualitatif adalah sebagai berikut.

- a. Membaca/ mempelajari data, menandai kata-kata kunci dan gagasan yang ada dalam data.
- b. Mempelajari kata-kata kunci itu, brupaya menemukan tema-tema yang berasal dari data.
- c. Menuliskan 'model' yang ditemukan.
- d. Koding yang telah ditentukan.

---

<sup>8</sup> Moleong, Lexy J. 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 330.

e. Mengambil keputusan.

### Hasil Penelitian

No.	Faktor-Faktor Minat Nasabah Memilih Asuransi	Hasil Wawancara	Klarifikasi Teoritis dan Praktis
1.	Promosi	Mayoritas responden tertarik mengikuti asuransi di Bumiputera setelah mendapatkan promosi dari agen Bumiputera secara langsung.	Salah satu variabel dari bauran promosi yaitu personal <i>selling</i> atau penjualan personal adalah komunikasi tatap muka langsung untuk mempromosikan barang atau jasa menemukan prospek penjualan, dan memberikan layanan pasca penjualan. Promosi secara langsung dibidang cukup efektif karena agen dapat dengan langsung menawarkan produk kepada calon konsumennya <sup>9</sup> . Ibu Krisni ( <i>agency manager</i> Bumiputera) menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan yaitu dimulai dari orang-orang terdekat seperti teman atau keluarga yang langsung di datangi di tempat kediaman masing-masing.
2.	<i>Return</i>	Hasil wawancara menghasilkan mayoritas responden tertarik mengikuti asuransi di Bumiputera karena <i>return</i> yang ditawarkan oleh Bumiputera.	Salah satu bentuk pengelolaan dana asuransi yang paling dominan adalah menginvestasikan dana yang terkumpul dari premi <sup>10</sup> . Menurut Ibu Krisni ( <i>agency manager</i> Bumiputera) tingkat <i>return</i> yang ditawarkan kepada para pemegang polis cukup kompetitif, hal ini dikarenakan pemegang polis tidak hanya dapat menikmati klaim jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan, namun pemegang polis juga dapat menikmati hasil investasi dari jumlah premi yang dibayar setelah sampai pada tempo yang telah ditentukan.

<sup>9</sup> Kotler, Philip dan Kevin Line Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, edidi 13 jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

<sup>10</sup> Sinungan, Moch Darsyah. 1990. *Manajemen Dana asuransi, Jakarta: Rineka Cipta*.



3.	Produk	Semua responden didalam penelitian ini merasa cocok dengan produk yang ditawarkan oleh Bumiputera.	Konsumen lebih menyukai produk yang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak mahal, konsumen juga menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik <sup>11</sup> . Untuk produk kita mengikuti kebutuhan dan kemampuan pemegang polis untuk membayar premi, sehingga niat kami untuk menolong tidak menjadi beban bagi pemegang polis (Ibu Krisni : <i>agency manager Bumiputera</i> ).
4.	Lokasi	Jarak rumah atau tempat kerja responden berjarak 2-3 kilo dari kantor Bumiputera	Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan". Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda <sup>12</sup> . Untuk lokasi Bumiputera tidak terlalu penting bagi pemegang polis, soalnya setiap transaksi yang dilakukan bisa menggunakan <i>online</i> atau kita jemput di tempat kediaman masing-masing, mulai dari pembayaran premi sampai pengajuan klaim, kami yang menguruskan ( Ibu Krisni : <i>agency manager Bumiputera</i> ).
5.	Pelayanan	Semua responden mengaku merasa puas atas pelayanan yang diberikan Bumiputera selama ini, hal ini dikarenakan responden merasa dilayani dengan baik oleh agen Bumiputera, selain itu responden merasa senang dengan pelayanan yang secara langsung di lakukan di tempat	Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun <sup>13</sup> . Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam

<sup>11</sup> Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1&2*. Prenhalindo: Jakarta.

<sup>12</sup> *ibid*

<sup>13</sup> Kismono dan Gugup. 2001 *Pengantar Bisnis*, Edisi I, Cetakan I, BPFE, Yogyakarta.

		kediaman atau kerja responden.	mengimbangi harapan konsumen. Bumiputera memiliki semboyan <i>Heling Each Other For a Better</i> , jadi sebisa mungkin kita akan membantu para pemegang polis untuk menyiapkan resiko yang tidak diinginkan kedepannya oleh pemegang polis, baik dari proses pembayaran premi secara berkala sampai pengajuan klaim pemegang polis kita bantu sebisa mungkin sehingga memudahkan pemegang polis untuk merasakan manfaat dari asuransinya di Bumiputera ( Ibu Krisni : <i>agency manager Bumiputera</i> ).
--	--	--------------------------------	---

### Penutup

Faktor pelayanan menjadi faktor utama yang dihasilkan di dalam penelitian ini. Semua responden di dalam penelitian ini mengaku puas akan pelayanan yang diberikan Bumiputera. Faktor kedua yang menjadi minat nasabah memilih Bumiputera pasca BPJS yaitu terletak pada *return* yang di tawarkan Bumiputera terhadap pemegang polisnya. Faktor ketiga yaitu promosi, bumiputera memiliki agen yang proaktif untuk menjangkau masyarakat yang ada di pedalaman kota atau desa, sehingga masyarakat dapat mengetahui dan memahami produk Bumiputera tanpa mencarinya. Faktor terakhir yaitu produk, dengan produk yang inovatif, Bumiputera mampu mendorong pemegang polisnya untuk tetap menggunakan jasa asuransi Bumiputera pasca berlakunya BPJS, hal ini dibuktikan dengan beberapa responden yang mengaku memiliki lebih dari satu produk Bumiputera yang sedang di gunakannya.

### Daftar Pustaka

- Abdullah Amrin, Asuransi Syariah Keberadaan dan Kelebihannya di Tengah Asuransi Konvensional, Jakarta: PT Gramedia, 2006, hlm. 5.
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi kedua cetakan kesebelas*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Djojosoedarso, Soeisno . 2003. *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*, Jakarta: Salemba Empat.

Fatwa-Fatwa Dewan Syariah Nasional Nasional MUI revisi 2006

Jusuf, Jopie. 2008. *Analisis Kredit untuk Account Officer*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 260

Kismono dan Gugup. 2001 *Pengantar Bisnis*, Edisi I, Cetakan I, BPFE, Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Line Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, edidi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip,. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1&2*. Prenhalindo: Jakarta.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis. Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.

Kurniawan (2014) *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Nasabah Tidak Menggunakan Jasa Asuransi Pembiayaan Di Yogyakarta*.

Kuat Ismanto, *Asuransi Syariah Tinjauan Asas-Asas Hukum Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, hlm. 51-52.

Lamb, Chales W., Hair, Joseph F., and McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. (Terjemah : David Octavaria). Jakarta: Salemba Empat.

Mudji Rahardjo, Trianggulasi Dalam Penelitian Kualitatif, <http://mudjiharahardjo.com/artikel/270.html>, diakses tanggal 12 Ferbruari 2017

Moleong, Lexy J. 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya,hal. 330.

Nawawi. 2002 *Hadari Metode Penelitian Bidang Sosial*, , Yogyakarta: UGM.

Nasution, Prof. Dr. S. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung : Tarsito.

Sinungan, Moch Darsyah. 1990 *Manajemen Dana asuransi* , Jakarta: Rineka Cipta.

Swastha, Basu dan irwan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*Yogyakarta :Liberty

Simamora, Bilson 2004. *Panduan Riset Prilaku Konsumen*. Jkarta PT Gramedia Pustaka Utama

Sugiono. 2008 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R& D* , Bandung: Alfabeta.

Sinungan, Moch Darsyah. 1990. *Manajemen Dana asuransi*, Jakarta: Rineka Cipta.

Samsodin, Muhamad (2011) *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Santri Pondok Pesantren Al-Munawir Krapyak Yogyakarta*

Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*, Yogyakarta, Liberty.

Triandaru, Sigit dan Totok Budisantoso. 2006 *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset.Yogyakarta.

....., Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi: Yogyakarta.

Taufiqurahman (2012) *faktor-faktor yang mempengaruhi brand switching peserta asuransi dari unit link syaria'ah ke konvensional di PT. Asuransi Allianz life Indonesia cabang banyuangi.*

UUD RI No.24 Tahun 2011 tentang BPJS

Zainuddin Ali, Hukum Asuransi Syariah, Jakarta: Sinar Grafika, 2008