

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, P. M. B. (2019). *Pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan pelanggan Asuransi Jiwa Prudential Cabang Kota Surabaya* (Skripsi).
- Andhy, A. T. A., & Safina, S. E. B. G. M. (2025). Optimalisasi *Personal Selling*: Dampak tidak langsung terhadap keputusan pembelian. *JMIK: Jurnal Manajemen dan Inovasi Kewirausahaan*, 1(3). <https://doi.org/10.64532/hvzydy40>
- Andini, R. Y. N., Nurfikri, A., Shanty, J. D., & Achmadi, N. K. (2023). Analysis of BPJS health and non-BPJS health patient satisfaction on inpatient services at X Hospital. *International Journal of Nursing Information*, 2(1), 19–25. <https://doi.org/10.58418/ijni.v2i1.42>
- Aurelia Editha Lesmana, Putri Oktamaria Sihole, & Riswandy Wasir. (2024). Meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan kesehatan: Strategic purchasing dalam Program Jaminan Kesehatan Nasional di Indonesia. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 5(2), 4957–4965.
- Awaliah, D. S. (2019). *Peran dan strategi pemasaran agen dalam mempertahankan loyalitas nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bersama Bumiputera*.
- Burgess, M., Enzle, M. E., & Morry, M. (2000). The social psychological power of photography: Can the image-freezing machine make something of nothing? *European Journal of Social Psychology*, 30(5), 613–630. [https://doi.org/10.1002/1099-0992\(200009/10\)30:5<613::AID-EJSP11>3.3.CO;2-J](https://doi.org/10.1002/1099-0992(200009/10)30:5<613::AID-EJSP11>3.3.CO;2-J)
- Cahyono, E. F., & Hidayat, S. E. (2022). *El Barka: Journal of Islamic Economic and Business*, 5(1), 150–182.
- Chaker, N. N., Epler, R. T., Moreno, G., Amiri, D., McDougal, E. G., & O'Toole, J. (2025). The past, present, and future of adaptive selling: Toward an integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 53(6), 1572–1599. <https://doi.org/10.1007/s11747-025-01096-3>
- Dede Suleman. (2024). *Personal Selling strategy*. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 33–39. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i1.2456>
- Fernanda, N., Wibowo, W., & Sutedjo, P. (2025). Omnichannel retailing and consumer decision in beauty products: Sociolla's experience. *Riset*, 7(1), 110–124. <https://doi.org/10.37641/riset.v7i1.2606>

- Fregidou-Malama, M., & Hyder, A. S. (2021). Multilevel trust in international marketing of healthcare services: A five-country comparative study. *International Business Review*, 30(6). <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101895>
- Gultom, E., Rohani, S., & Disyon, H. (2024). Optimization of insurance brokerage institutions in realizing the trust of the Indonesian community. *Media Juris*, 7(3), 439–456. <https://doi.org/10.20473/mi.v7i3.57765>
- Hamonangan Siahaan, G., & Martiyanti, D. (n.d.). The influence of *Personal Selling* and trust on loyalty through consumer satisfaction as an intervening variable at PT Mahakam Beta Farma. *International Journal of Business and Management Invention*. <https://doi.org/10.35629/8028-13010115>
- Hartmann, N. N., Wieland, H., Vargo, S. L., & Ahearne, M. (2020). Advancing sales theory through a holistic view: How social structures frame selling. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 40(4), 221–226. <https://doi.org/10.1080/08853134.2020.1838916>
- Hasugian, M., A, R. P., & Karim, A. (2025). Kualitas pelayanan terhadap minat beli produk asuransi kesehatan melalui mediasi kepuasan nasabah pada PT Prudential Life Assurance Medan. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 734–746.
- Hidayati, N., & Apriliana, A. (2023). Analisis strategi pelayanan dan transparansi bagi hasil dalam meningkatkan minat menabung nasabah (Studi kasus BMT NU Cabang Pragaan). *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal*, 2(1), 113–118. <https://doi.org/10.57251/multiverse.v2i1.987>
- Hidayati, N., & Zulfa, K. (2024). Pengaruh *Personal Selling* dan public relation terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan Easy Wadī'ah pada BSI KCP Sumenep Trunojoyo. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31000/almaal.v5i1.10236>
- Ilham Rizoni, Astriani, A., & Fitri, A. O. (2025). Pengaruh kemudahan akses, kepercayaan nasabah, dan kualitas informasi terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah Lampung. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi (EKONOM)*, 1(2), 139–145. <https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i2.190>
- Karim, A., Rambe, S., Kunci, K., Pimpinan, P., & Nasabah, K. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan pimpinan terhadap minat beli produk asuransi kesehatan melalui komitmen nasabah pada PT Prudential Life Assurance Medan.

- Kevin, K., & Kusnadi, D. (2025). Pengaruh online customer rating, online customer review, dan potongan harga terhadap minat beli di TikTok Shop (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi). *ARZUSIN*, 5(5), 2312–2333. <https://doi.org/10.58578/arzusin.v5i5.7397>
- Kontan. (2025). *OJK catat aset industri asuransi capai Rp1.194,06 triliun per November 2025*. <https://keuangan.kontan.co.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Lusianti, D., Subono, A., Lailiyah, N., et al. (2022). Membangun loyalitas: Relationship marketing dan kepuasan peserta Jaminan Kesehatan Nasional. *Prosiding UMMagelang*, 238–245.
- Madaniah, A. (2023). Berkilau di dunia digital: Strategi komunikasi persuasif iklan Scarlett Whitening di Instagram. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 35–58.
- Manja, P. T., Harahap, M. I., & Juliana, N. (2024). Analisis restrukturisasi industri asuransi di Indonesia: Pandangan mengenai fenomena sosial restrukturisasi. *Jambura Economic Education Journal*, 6(1), 211–223.
- Moon, J. H., Lee, S. T., & Lee, Y. K. (2025). Impacts of general agents' customer relationship-building behaviors on trust, satisfaction, and renewal intention: A PLS-SEM and NCA approach. *Acta Psychologica*, 258. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105162>
- Nugroho, P., et al. (2025). Industri asuransi umum di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Siaran Pers Rapat Dewan Komisioner Bulanan September 2025*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Siaran Pers Rapat Dewan Komisioner Bulanan Oktober 2025*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2026). *Siaran Pers Rapat Dewan Komisioner Bulanan Desember 2025*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/>
- Pramudya, R. M., & Rahmi, M. (2022). Pengaruh literasi asuransi, religiusitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 70. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4350>

- Pranindyasari, C. (2025). Role of omnichannel retailing on customer retention mediated by brand experience in cosmetics retail: SOR approach. *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 5(1), 1–21. <https://doi.org/10.35313/jmi.v5i1.174>
- Pratomo, O. G., & Sutikno. (2024). Pengaruh kepercayaan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan dampaknya terhadap perpanjangan kontrak polis asuransi tanggung gugat profesi dokter pada PT Asuransi Umum XYZ. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(2), 1419–1439. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i2.56444>
- Purnomo, K. A. (n.d.). Komunikasi persuasif tenaga pemasar dalam menarik minat nasabah (Studi kasus di PT Asuransi Jiwa Sequis Life Cabang SEV3N Kota Solo).
- Putri Wahyundari, S. (2024). Pengaruh *Personal Selling* dan advertising terhadap penjualan polis asuransi (Studi pada Bumida Cabang Medan). *Journal of Economic and Business*, 2(1).
- Putri, S., & Amelia. (2022). Strategi komunikasi persuasif: Komunitas Bikers Subuhan Pangkalpinang dalam mewujudkan visi organisasi. *Komunikasia*, 2(2), 1–16.
- Putri, Y., Aldo, D., & Ilham, W. (2024). Retail marketing strategy optimization: Customer segmentation with artificial intelligence integration and K-Means clustering. *Sinkron*, 8(4), 2155–2163. <https://doi.org/10.33395/sinkron.v8i4.14000>
- Ramadhani, T. W., & Suwitho. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(11), 1–18.
- Rosidha. (2018). Membangun kepercayaan publik. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 1(2), 1–7.
- Rosita, S., & Arsita, S. (2024). Sosialisasi pentingnya asuransi kesehatan untuk kaum milenial. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Dewantara*, 7(1).
- Rosita, S., Rahmawati, Y. Z., Arsita, S., et al. (2024). Sosialisasi pentingnya asuransi kesehatan untuk kaum milenial. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Dewantara*, 7(1).
- Sahabuddin, R., Arif, H. M., Lestari, W., Alviolin, E., & Dzaky, N. M. (2024). Transparansi informasi sebagai mediator dalam hubungan etika pemasaran digital dan kepercayaan konsumen di e-commerce. *Maximal Journal*:

Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, dan Pendidikan, 2(1), 27–37.

Salsabila, G., Salamah, U., & Nurhadi, Z. F. (2024). Model komunikasi persuasif pada pengikut akun Instagram @infogarut dalam pemberitaan citizen journalism. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(2), 443–455. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i2.4021>

Sembhodo, A. T., Hermawati, A., Fatmawati, E., Junaedi, I. W. R., & Ali, S. (2022). *Personal Selling* and digital marketing as crucial factors in maximizing customer satisfaction through perceived value in the usage of M-Banking application. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(4). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.04.05>

Sitorus, F., Gemilang, G. S., Pulungan, J. Z., DwiPutra, R., & Nasution, S. S. (2025). Strategi manajemen untuk meningkatkan efisiensi operasional pada perusahaan ritel di era digital. *Surplus: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 425–435. <https://doi.org/10.71456/sur.v3i2.1276>

Soraya, I., Rahastine, M. P., & Susilowati, S. (2024). Komunikasi persuasif untuk memperkenalkan kuliner lokal (Studi kasus kuliner Gabus Pucing Saung Babelan Bekasi). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4, 14921–14933.

Supriadi, S., Wahyuni, S., Siregar, D. R., Ulfah, F., & Santoso, R. (2025). Peningkatan penguatan branding dan transparansi melalui pengembangan sistem informasi website. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 4(1), 16–24. <https://doi.org/10.37905/ljpm.v4i1.29872>

Supryanita, R. (2017). Analisis kualitas pelayanan dan customer value terhadap loyalitas nasabah asuransi kesehatan AXA Mandiri Cabang Padang. *Jurnal Ekonomi STIE Haji Agus Salim*, 98–114.

Syaputri, W. A., Nur Izzati, S., Arini, Z. V., et al. (n.d.). Faktor yang memengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan produk asuransi syariah. *Insurance (SIJAS)*, 10(1).

Tjiptodjojo, K. I. (2023). Dampak pengetahuan produk dan citra merek terhadap minat beli yang dimediasi oleh kepercayaan konsumen. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(3), 1232. <https://doi.org/10.29210/020232737>

Wais, M. W. M. (2022). *Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kantor Cabang Palopo)* (Skripsi). <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5758>

WTW. (2024). *2024 Global Medical Trends Report*.

Zheng, Z., B.A.M., H. S., Zaki, H. O., & Tan, Q. L. (2025). Health insurance purchase intentions in the past decade: A systematic review and future research directions. *BMC Health Services Research*, 25(1).
<https://doi.org/10.1186/s12913-025-12917-0>

