

## DAFTAR PUSTAKA

- Engel, Blackwell, M. (2001). *Consumer Behavior 9th Edition*. Ohio: South Westrn.
- Flka Ludiana, Amsal Amri, N. A. (2017). Motivasi Warga Negara Asing mengajar di English Fokus Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 2(2), 108–132. Retrieved from <https://sis.binus.ac.id/2016/12/15/pasar-monopoli/>
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasrina, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(3), 1–10.
- Kotler dan Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. In Erlangga.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. (Jilid 1 da). Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. In *Ekonomi dan Bisnis* (Jilid I da). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. In *Ekonomi dan Bisnis* (Edisi 12 J). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. D. K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Jilid Satu). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua*. In *Salemba Empat*. <https://doi.org/10.1002/cb.84>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat. *Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat*.
- Nasution, M. N. (2001). *Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management, Cetakan Pertama*. Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Graha Indonesia.
- OJK. (2019). *Buku Perasuransian Indonesia*.
- Oktari, I., Nugroho, S. prima, & Hariyani. (2018). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah asuransi*. 24(2), 26–

36.

- Pertiwi, A. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Prudential (PRU ADVANTAGE) Yogyakarta*. (1).
- Raharja, A. T. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada nasabah PT. Prudential Life Assurance Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 4(1), 1–12.
- Sabrina, C. H., & Djatmiko, T. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Prudential Life Assurance Bandung*. Vol. 2, 1515.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen. *Jakarta: Indeks*.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2002). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian. *Metode Penelitian*.
- Supranto, J. (1997). *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Ipta.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). Manajemen Pemasaran Modern. In *Liberty, Yogyakarta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Titissari, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS INDONESIA (PERSERO) Kediri (UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA)*. <https://doi.org/10.1038/132817a0>
- Tjiptono. (2006). Strategi Pemasaran.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Yamit, Z. (2010). Manajemen Kualitas Produk & Jasa. In *Ekonomi dan Bisnis* (Vol. Edisi). Yogyakarta: EKONISIA.