

Received:	Accepted:	Published:

**Hubungan Biaya Promosi Dengan Pendapatan Premi Asuransi Pada
PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda
Tahun 2014-2016**

Rizal Iskandar

Universitas Mulawarman

e-mail : iskandarrizal322@gmail.com

Kaspul AM

Universitas Mulawarman

e-mail : kaspul@fkip.unmul.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the relationship of promotional costs with insurance premium income at PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Samarinda Branch 2014 - 2016. This research is a quantitative research by taking financial data from PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Samarinda Branch in the period 2014 - 2016. Data collection techniques in this study are observation, interviews, documentation, and analysis techniques used are product-moment correlation analysis. Promotion Indicator conducted by PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Samarinda Branch from 2014 to 2016 is Sales Promotion and Public Relations while the Premium Income indicators are insurance products which include Unit Link, JS Achievement, and JS Siharta. Based on the analysis results where the r count is 0.712. In this case when interpreted with a significance level of 5% lies in the interval between 0.60-0.799 with a table interpretation of the value of r , which means there is a relationship between promotional costs with premium income of PT. Asuransi Jiwasraya Samarinda Branch in 2014 - 2016 with the level of "Strong" relationship. The Test Calculation Result is 5,916 while the value with $dk = n-2$, a level of 5% is obtained at 1,691, meaning that $5,916 > 1,691$ so that the more promotion costs increase the premium income will also increase. Thus the "Relationship Promotion Costs with Insurance Premium Income At PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Samarinda Branch 2014-2016 ", can be said to be " accepted ".

Keywords: Promotional Costs, Premium Revenue

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Biaya Promosi Dengan Pendapatan Premi Asuransi Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Tahun 2014 – 2016. Jenis Penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif dengan mengambil data keuangan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda pada periode 2014 – 2016. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu Teknik observasi, wawancara, dokumentasi, serta analisis yang digunakan adalah analisis korelasi product moment. Indikator Promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda selama Tahun 2014 – 2016 adalah Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat sedangkan indikator Pendapatan Preminya adalah produk – produk asuransi yang meliputi Unit Link, JS Prestasi, dan JS Siharta. Berdasarkan hasil analisis dimana r hitung adalah 0,712. Dalam hal ini bila diinterpretasikan dengan taraf signifikansi 5% terletak pada interval antara 0,60-0,799 dengan tabel interpretasi nilai r yang artinya ada hubungan antara biaya promosi dengan pendapatan premi PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Samarinda Tahun 2014 – 2016 dengan tingkat keeratan hubungan “**Kuat**”. Hasil Perhitungan Uji t sebesar 5.916 sedangkan nilai t_{tabel} dengan $dk=n-2$, taraf 5% diperoleh sebesar 1.691, berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5.916 > 1.691$ sehingga semakin biaya promosi meningkat pendapatan premi juga akan meningkat. Dengan demikian maka “Hubungan Biaya Promosi Dengan Pendapatan Premi Asuransi Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Tahun 2014 – 2016.”, dapat dikatakan “**diterima**”.

Kata Kunci: *Biaya Promosi, Pendapatan Premi*

PENDAHULUAN

Perusahaan asuransi merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam bidang layanan jasa (*service*) yang membantu masyarakat mengatasi risiko yang terjadi di masa datang. Kekuatan dari perusahaan asuransi terletak pada peningkatan aset perusahaan, pelayanan, jumlah nasabah dan jumlah premi yang dihimpun dari nasabah. Produk asuransi merupakan salah satu instrumen investasi sama seperti dana pensiun dan reksadana. Dalam menjalankan kegiatan operasional rutinnnya, perusahaan asuransi tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan kebijakan pembiayaan. Salah satu aspek yang berhubungan erat dengan hal ini adalah menyangkut biaya promosi dan pendapatan premi.

Hasan (2014:603) “Promosi merupakan fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target pelanggan atau calon pelanggan untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan pelanggan”. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan pada dasarnya diharapkan dapat membuat penjualan menjadi meningkat.

Menurut Rury Handayati (2011:20), “Premi Asuransi adalah pembayaran dari tertanggung kepada penanggung, sebagai imbalan jasa atas pengalihan risiko kepada penanggung”. Perusahaan asuransi selalu mempertimbangkan banyak faktor ketika melakukan perhitungan-perhitungan yang diperlukan untuk menetapkan tarif premi yang memadai dan wajar. Tarif premi harus memadai agar perusahaan asuransi mempunyai cukup dana untuk membayar manfaat polis.

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang asuransi. Jenis asuransi yang ditawarkan adalah Unit Link, JS Prestasi, JS Siharta, dan produk proteksi. Biaya Promosi dan Pendapatan Premi pada tahun 2014-2016 PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda dapat dilihat pada table 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1 Perkembangan Biaya Promosi dan Pendapatan Premi PT.Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Tahun 2014-2016

Tahun	Biaya Promosi (Rp)	Pendapatan Premi (Rp)
2014	81.270.000	1.810.340.000
2015	139.565.000	2.033.158.000
2016	144.569.000	2.237.846.000

Sumber : PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Samarinda, 2016

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat fenomena bahwa selama tahun 2014 sampai dengan 2016 pendapatan premi dan biaya promosi mengalami fluktuatif. Akan tetapi ada pengaruh yang cukup signifikan, ketika biaya promosi naik Pada tahun 2015 sebesar 71% pendapatan premi naik 12%. Pada tahun 2016 pendapatan premi mengalami peningkatan kembali dimana itu tidak terlepas dari biaya promosi, pada tahun 2016 ditingkatkan sebesar 0,03% dan pendapatan premi meningkat sebanyak 10%.

Tujuan utama penelitian adalah untuk mengetahui biaya promosi, pendapatan premi dan signifikansi hubungan biaya promosi dengan pendapatan premi pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) cabang Samarinda periode 2014-2016. Dari hasil penelitian ini diharapkan akan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis kepada pihak PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) cabang Samarinda serta peneliti selanjutnya.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Dalam setiap penelitian data adalah merupakan sasaran utama. Sebab dengan data tersebut barulah penelitian dapat dibuktikan. Sehubungan dengan penelitian ini, maka data-data yang diperlukan adalah gambaran umum dan struktur organisasi, data biaya promosi, data pendapatan premi (hasil observasi, wawancara dan dokumentasi) PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Tahun 2014-2016.

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 1 September–3 Desember 2018, dengan tempat penelitian di Kantor PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis kolerasi product moment yang bertujuan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel antara promosi dengan keputusan pembelian maka dipergunakan suatu alat analisis kolerasi product moment dengan rumus menurut Sugiyono (2015:228) sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2) \cdot (\sum y^2)}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y

$\sum xy$ = Jumlah Perkalian variabel x dan variabel y

X = Biaya Promosi

Y = Pendapatan Premi

Memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,1000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, (2015:231)

Alat analisis selanjutnya menggunakan tabel kritik r. Setelah diperoleh r hitung maka hasilnya dikonsultasikan dengan tabel kritik r product moment, jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel maka dapat dikatakan H_a diterima.

Selanjutnya dilakukan Uji t untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel x dan variabel y, dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

dimana:

t = probabilitas

r = koefisien korelasi

n = jumlah periode

selanjutnya digunakan table distribusi “t” pada derajat kebebasan $dk = n-2$.

Untuk mengetahui ditolak tidaknya, dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 ada pada daerah penolakan, berarti H_a diterima.

Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 ada pada daerah penerimaan, berarti H_a ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan Asuransi PT. Jiwasraya merupakan perusahaan asuransi jiwa dimana perusahaan ini milik pemerintah. Kegiatan utama perusahaan Asuransi PT. Jiwasraya yaitu membantu masyarakat dalam merencanakan keuangan di masa yang akan datang. Bidang Asuransi pada PT. Asuransi Jiwasraya yaitu asuransi jiwa. PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Samarinda merupakan salah satu cabang dari 17 cabang dan 71 perwakilan PT. Asuransi

Jiwasraya yang berada di kota Samarinda Jl. Pahlawan No. 1/32, Samarinda 75121. Hampir sebagian besar masyarakat yang berada di Samarinda yang menggunakan jasa asuransi baik perorangan maupun kelompok memilih asuransi jiwa raya mengingat PT. Asuransi Jiwasraya memiliki track record yang cukup baik.

Produk PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Samarinda terdiri atas produk individu dan produk kumpulan. Produk individu terdiri dari produk unit link, asuransi pendidikan, proteksi dan investasi, serta anuitas. Produk kumpulan dapat dirancang sesuai dengan permintaan dan diupayakan untuk mengakomodasi berbagai keinginan perusahaan dan perlindungan financial kepada karyawan, yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan dalam mewujudkan kesejahteraan bagi karyawannya.

Hasil

Data hasil penyajian penelitian diperoleh berdasarkan dokumen keuangan PT. Asuransi Jiwasraya (Peersero) Cabang Samarinda pada Tahun 2014 – 2016. Data keuangan tersebut berupa indikator biaya promosi yang promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pendapatan premi. Untuk bentuk promosi penjualan sendiri terdiri dari diskon produk asuransi, membuka open table di beberapa mall yang berada di Samarinda, serta pemberian souvenir disertai informasi berbentuk brosur mengenai produk – produk PT. Asuransi Jiwasraya (Peersero) Cabang Samarinda. Sedangkan untuk bentuk promosi hubungan masyarakat berupa langganan koran, periklanan, serta pemberian dana untuk pembuatan spanduk acara – acara organisasi kemasyarakatan. Untuk pendapatan premi sendiri diambil dari beberapa produk yang meliputi produk Unit Link, JS Prestasi, dan JS Siharta.

Pembahasan

A. Analisis Data

Korelasi Product Moment

Hasil analisis data menggunakan teknik analisis Product Moment untuk mengetahui ada atau tidaknya antara hubungan variabel yang penulis teliti. Peneliti menggunakan dua variabel yaitu biaya promosi sebagai variabel bebas dan pendapatan premi sebagai variabel terikat. Hasil perhitungan korelasi Product Moment pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8 Analisa Data Korelasi Product Moment

Correlations

		Biaya Promosi	Pendapatan Premi
Biaya Promosi	Pearson Correlation	1	.712**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	36	36
Pendapatan Premi	Pearson Correlation	.712**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	36	36

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi antara biaya promosi dengan pendapatan premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016. Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

1. Interpretasi Nilai r

Berdasarkan hasil perhitungan yang berada pada tabel 4.8 dapat diketahui terdapat hubungan yang positif sebesar 0,712. Menandakan antara biaya promosi dengan pendapatan premi terdapat hubungan yang sangat kuat.

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hubungan Biaya Promosi dengan Pendapatan Premi PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016 bila diinterpretasikan ke dalam skala interpretasi koefisien korelasi, dimana angka tersebut terletak antara 0.60 – 0,799. Jadi dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan biaya promosi dengan pendapatan premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016 masuk dalam kategori “**Kuat**”.

2. Uji t

Selanjutnya dilakukan Uji t untuk mengetahui tingkat hubungan antara Biaya Promosi dengan Pendapatan Premi.

Tabel 4.9 Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	153314915.10	3447458.235		44.472	.000
		0				
	Biaya Promosi	1.538	.260	.712	5.916	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan Premi

Dari hasil perhitungan SPSS 24.0 pada tabel 4.9 diatas, menunjukkan t_{hitung} 5.916 dan $\alpha = 0,05$; $db = n - 2 = 36 - 2 = 34$. Jadi t_{tabel} sebesar 1.691 (lampiran), maka dapat diartikan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.916 > 1.691$) dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima, yang artinya Biaya Promosi memiliki hubungan positif dan signifikan dengan Pendapatan Premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016.

Pembahasan

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara Biaya Promosi dengan Pendapatan Premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016.

Untuk mengetahui itu maka peneliti mengambil sampel data keuangan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016.

1. Biaya Promosi

Biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016 meliputi 2 indikator yaitu promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Selama 3 Tahun tersebut biaya promosi mengalami fluktuatif. Rata – rata biaya promosi yang dikeluarkan selama 3 Tahun terakhir sebesar Rp. 10.150.000 setiap Bulannya. Untuk Biaya Promosi terbesar di keluarkan pada Bulan Oktober 2015 sebesar Rp. 28.225.000 hal dikarenakan perusahaan sedang melakukan promosi besar – besaran terkait produk baru yaitu JS Optima. Sedangkan untuk pengeluaran Biaya Promosi terkecil terdapat

pada Bulan Maret, Juni, Juli Tahun 2014, Agustus 2015, April 2016, dan Juli 2016 sebesar Rp. 2.125.000 dikarenakan promosi yang dilakukan hanya berlangganan koran dan membiayai periklanan.

2. Pendapatan Premi

Pendapatan Premi yang diperoleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016 juga mengalami fluktuatif. dan rata – rata pendapatan premi setiap bulannya selama 3 Tahun terakhir sebesar Rp. 168.926.000. Untuk Pendapatan Premi terbesar diperoleh pada Bulan Desember 2016 sebesar Rp. 203.000.000 hal ini dikarenakan pada akhir Tahun Perusahaan menggunakan seluruh indikator promosi baik promosi penjualan berupa open table di mall yang berada di Samarinda, maupun hubungan masyarakat berupa periklanan. Serta yang paling menentukan adalah banyaknya jumlah nasabah yang membayar di periode Kuartalan, Semesteran, Tahunan, maupun sekaligus yang mana menumpuk pada akhir Tahun. Sedangkan untuk Pendapatan Premi terkecil didapatkan pada Bulan Juni 2014 sebesar Rp. 136.850.000. Hal ini dikarenakan perusahaan belum melakukan kegiatan promosi yang signifikan serta jumlah nasabah belum sebanyak bulan – bulan yang lainnya.

3. Hubungan Biaya Promosi dengan Pendapatan Premi

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan rumus korelasi product moment, maka diperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,00 lebih kecil dibandingkan 0,05. Bila diinterpretasikan ke dalam tabel interpretasi nilai $r = 0,712$ dimana nilai r hitung terletak pada interval antara 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan terdapat korelasi dengan tingkat hubungan yang erat antara biaya promosi dengan pendapatan premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016 atau dikatakan **“kuat”**.

Selain itu, dilakukan uji t yang digunakan untuk menguji variabel bebas berhubungan positif dengan variabel terikat dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan demikian berdasarkan perhitungan tersebut dengan ketentuan tingkat kesalahan 0,05, $db = n - 2 = 36 - 2 = 34$ sehingga didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.916 > 1.691$). dengan demikian dapat disimpulkan t_{hitung} lebih besar dengan t_{tabel} yang artinya biaya promosi berhubungan positif dan signifikan sehingga semakin biaya promosi meningkat pendapatan premi juga akan meningkat. Dengan demikian maka hubungan Biaya Promosi dengan Pendapatan Premi Asuransi Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016 dapat dikatakan **“di terima”**.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya Promosi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016 mengalami kenaikan setiap Tahunnya. Pada Tahun 2014 Biaya Promosi sebesar Rp. 81.270.000, pada Tahun 2015 Biaya Promosi sebesar Rp. 139.565.000, dan pada Tahun 2016 sebesar Rp. 144.569.000, hal ini dikarenakan perusahaan mempunyai produk baru yaitu JS Optima sehingga perlu dilakukan promosi yang maksimal untuk menarik nasabah.
2. Pendapatan Premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016 mengalami kenaikan setiap Tahunnya. Pada Tahun 2014 Pendapatan Premi sebesar Rp. 1.810.340.000, pada Tahun 2015 Pendapatan Premi sebesar Rp. 2.033.158.000, dan pada Tahun 2016 sebesar Rp. 2.237.846.000, hal ini dikarenakan jumlah nasabah naik setiap Tahunnya yang mana tidak lepas dari promosi yang dilakukan setiap Tahunnya.
3. Hubungan Biaya Promosi dengan Pendapatan Premi Premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda Pada Tahun 2014-2016 bersignifikan dengan tingkat keeratan hubungannya "**Kuat**". Hal ini berdasarkan Dari hasil analisis korelasi product moment nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana r adalah 0,712.

Berdasarkan analisis data dan kesimpulan yang telah diuraikan, saran yang dapat diberikan oleh penulis mengenai biaya promosi dan pendapatan premi sebagai bahan evaluasi dan tujuan lanjutan yang akan datang untuk menggunakan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan pendapatan premi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda dan sebagai salah satu referensi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Seksi Operasional & Penjualan
Diharapkan agar terus mempertahankan serta menambah kembali indikator bauran promosi agar dapat menjangkau cakupan nasabah yang cukup luas sehingga dapat meningkatkan pendapatan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Samarinda. Seperti menyentuh masyarakat yang berada di dunia maya lewat aplikasi media sosial di karenakan peluang ini cukup bagus mengingat ada 120 juta lebih masyarakat Indonesia aktif di media social dan jumlah ini akan bertambah setiap tahunnya.
2. Bagi Kepala Seksi Keuangan dan Umum

Diharapkan membuat perencanaan keuangan promosi yang efektif seperti jangan sungkan untuk mengeluarkan dana bantuan terhadap organisasi kemasyarakatan apabila melakukan kegiatan. Hal ini dalam bantuan dana selama 2014-2016 masih terbilang sedikit. Padahal ini merupakan peluang yang sangat bagus untuk membangun citra perusahaan di masyarakat.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai referensi ataupun acuan agar penelitian selanjutnya menyajikan data dan keterangan yang lebih lengkap mengenai hal yang sama dan dapat meneliti faktor lain yang berkaitan dengan biaya promosi maupun pendapatan premi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhammad (2011). *Hukum Perasuransian Indonesia*. Penerbit : CITRA ADITYA
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep* (12 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Djamarah, S. B. (2011). *Psikologi Belajar*. Malang: Rineka Cipta.
- Deavy Yulianti (2011). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Yamaha*.
- Dr. Suparyanto M.Kes (2014). *Konsep Dasar Pendapatan Keluarga*.
- Fandi tjiptono (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- International Journal. (2011). *Marketing Studies*. hal. 78.
- Jurnal Binus. (2010). *Business Review* , 1, 380-385.
- Kasmir, S.E., M.M (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA
- Mahyu (Daniel 2013). *Jurnal Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi PNS Kabupaten Bireun*.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rury Handayati (2011). *Pengaruh Biaya Oprasional Terhadap Pendapatan Premi Asuransi Pada PT. Asuransi Jiwasraya Medan* , 10.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Santrock, J. W. (2011). *Psikologi Pendidikan Edisi 3 Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2011). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Rajawali. Pers.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susilo. (2013). *Metode Penelitian Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Kanwa Publisher.